



Selbsthilfe sicher im Netz

Handbuch der diakonischen Sucht-Selbsthilfe
zu Fragen des sicheren Umgangs mit Daten im Internet



SELBSTHILFE SICHER IM NETZ

Herausgeber:



**Gesamtverband für Suchthilfe e. V. (GVS) -
Fachverband der Diakonie Deutschland**

Invalidenstraße 29
10115 Berlin-Mitte
Telefon: 030 83 001 500
Telefax: 030 83 001 505
E-Mail: gvs@sucht.org
info@selbsthilfe-sicher-im-netz.de
Internet: www.sucht.org
www.selbsthilfe-sicher-im-netz.de

Redaktion:

Evelyn Fast, Annerose Kerbstat, Ute Krasnitzky-
Rohrbach, Dieter Bolte, Roland Fritzsche,
Werner Jung, Peter Keller, Knut Kiepe

Konzept und Gestaltung:

HP KELLER Medienbüro, 25421 Pinneberg,
www.hpkeller.de

Lektorat:

Claudia Biehahn, vitamin be Kommunikation,
www.vitaminbe.info

Bildquellen:

© Fotolia.com: bramgino (Titel), vege (Titel),
momius (6), manoftheapes (9), Trueffelpix (10,
20, 21, 22), georgejmcittle (11), Creativa
Images (12), John Smith (14), peshkova (19),
DOC RABE Media (24)

Gefördert durch:



Ein Projekt der
diakonischen Sucht-Selbsthilfe



Blaues Kreuz in Deutschland e. V.
Abgekürzt: **BKD**
E-Mail: info@blaues-kreuz.de
Internet: www.blaues-kreuz.de



Blaues Kreuz in der
Evangelischen Kirche Bundesverband e. V.
Abgekürzt: **BKE**
E-Mail: info@bke-suchtselbsthilfe.de
Internet: www.bke-suchtselbsthilfe.de



Evangelisch methodistische Kirche –
Fachgruppe Suchtkrankenhilfe und Prävention
Abgekürzt: **EmK**
E-Mail: Fachgruppe-Sucht@emk.de
Internet: www.emk-sucht.de



**Freundeskreise
für Suchtkrankenhilfe**
Bundesverband e. V.
Abgekürzt: **FKBV**
E-Mail: mail@freundeskreise-sucht.de
Internet: www.freundeskreise-sucht.de

Vorwort

Liebe Leserin und lieber Leser,

„Selbsthilfe sicher im Netz“ – muss eine solche Broschüre sein?

Mancher denkt vielleicht: „Hauptsache ich weiß, wie man ins Internet kommt, wie ich E-Mails verfasse und verschicke oder an Informationen komme. Der Rest ist doch uninteressant. Dafür haben wir doch Fachleute.“

Aber Selbsthilfegruppen wollen in der Öffentlichkeit und speziell im Internet auf ihr Anliegen aufmerksam machen und viele sind schon unterwegs im weltweiten Netz. Für sich selbst, aber auch im Auftrag ihrer Gruppe oder ihres Vereins. Das birgt große Chancen für die Selbsthilfe, aber auch einige Risiken. Darauf wollen wir in dieser Broschüre aufmerksam machen.

Denn es geht nicht nur um Werbung für die Selbsthilfegruppe, sondern auch um die Beachtung gesetzlicher Vorschriften und um so wichtige Fragen wie Datenschutz und Datensicherheit.

Selbsthilfegruppen basieren auf gegenseitigem Vertrauen. Dieses Vertrauen muss geschützt werden. Nicht jeder will alle Welt wissen lassen, dass er eine Sucht-Selbsthilfegruppe besucht. Und schon gar nicht seine Adresse mit weiteren persönlichen Daten kundtun. Wie schützen wir also die sensiblen Daten unserer Gruppenmitglieder? Das ist eines der zentralen Themen in diesem Leitfaden. Außerdem geht es darum, wie ich mich selbst beim Surfen und bei der Kommunikation im Internet schütze. Wie kommuniziere ich richtig und vor allem sicher mit anderen?



Teilnehmer der Projektgruppe (v. l.):
Evelyn Fast, Ute Krasnitzky-Rohrbach,
Knut Kiepe, Peter Keller, Werner Jung,
Annerose Kerbstat, Roland Fritzsche,
Dieter Bolte.

Andere große Themen betreffen den Aufbau eines Internet-auftrittes samt der Rechts- und Gestaltungsfragen, die damit zusammenhängen. Jeder Selbsthilfeverband hat zum Beispiel sein eigenes Erscheinungsbild – was gibt es da zu beachten?

Ein besonderes Kapitel ist den sozialen Medien gewidmet. Das Kapitel gibt einen Überblick über die wichtigsten sozialen Netzwerke und beschäftigt sich mit der Frage, wie diese sinnvoll genutzt werden können.

Herzlichen Dank allen, die dieses Projekt ermöglicht haben. Insbesondere der Techniker Krankenkasse, die mit einem großzügigen Projektzuschuss die Herstellung dieser Broschüre unterstützt hat.

Einen hilfreichen Gebrauch wünschen die Projektbeteiligten

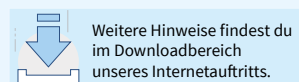
- BKE – Blaues Kreuz in der Evangelischen Kirche Bundesverband e. V.
- Blaues Kreuz in Deutschland e. V.
- Freundeskreise für Suchtkrankenhilfe – Bundesverband e. V.
- Evangelisch methodistische Kirche – Fachgruppe Suchtkrankenhilfe und Prävention
- Gesamtverband für Suchthilfe e. V. – Fachverband der Diakonie Deutschland





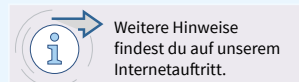
Auf der Internetseite www.selbsthilfe-sicher-im-netz.de stellen wir dir ausführliche Informationen zu Fragen des sicheren Umgangs mit Daten im Internet zur Verfügung. Verlinkungen und weiterführende Informationen zu anderen Internetseiten sind ebenfalls vorhanden. Diese Informationen sind sorgfältig recherchiert. Eine Gewähr für die Aktualität, Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen kann trotzdem nicht gegeben werden.

Benutzerhinweise



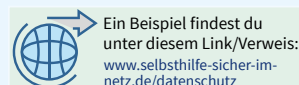
Weitere Hinweise findest du im Downloadbereich unseres Internetauftritts.

Verweis auf unseren Internetauftritt www.selbsthilfe-sicher-im-netz.de und dort vorhandenen Download.



Weitere Hinweise findest du auf unserem Internetauftritt.

Verweis auf unseren Internetauftritt und dort vorhandene weitere Informationen.



Ein Beispiel findest du unter diesem Link/Verweis: www.selbsthilfe-sicher-im-netz.de/datenschutz

Verweis auf unseren oder auf einen externen Internetauftritt und auf ein dort vorhandenes / zu findendes Beispiel.

Glossar: Viele Fremd- und Fachwörter sind im Glossar ab Seite 27 erklärt. Wenn du ein Wort nicht verstehst, siehe hinten nach. In den einzelnen Texten dieser Broschüre sind diese Begriffe in *kursiver Schrift* gedruckt.

Zahlenangaben: Zahlen, zum Beispiel zur Menge an Facebook-Nutzern, veralten sehr schnell. Alle Zahlenangaben in dieser Broschüre sollen dir daher nur einen Anhaltspunkt geben. Für aktuelle Informationen schau in der Linksammlung nach Adressen für statistische Angaben.

Die in dieser Publikation bereitgestellten Informationen wurden sorgfältig recherchiert, geprüft und verarbeitet. Jedoch kann keine Garantie dafür übernommen werden, dass alle Angaben vollständig, richtig und in letzter Aktualität dargestellt sind. So ist auch jegliche Haftung ausgeschlossen für eventuelle Schäden oder Konsequenzen, die durch die Nutzung der angebotenen Informationen entstehen.

Stand: Dezember 2017



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
1. Repräsentation und Außendarstellung	6
1.1 Leitbild	6
1.2 Erscheinungsbild für die Außendarstellung	7
1.3 Haltung und Werte deines Verbandes	8
1.4 Trennung privater und offizieller Dinge	8
1.5 Einfache Sprache	8
2. Verhalten und Kommunikation im Internet	9
3. Der Internetauftritt für deinen Verein oder Verband	11
3.1 Texte und Fotos – Vorsicht Urheberrecht!	11
3.2 Schutz der Persönlichkeit und das Recht am eigenen Bild	12
3.3 Die Lösung: Bilderdienste	13
3.4 Keine Internetseite ohne Impressum und Datenschutzerklärung	13
3.5 Verlinkungen	13
3.6 Intranet – der Raum für interne Veröffentlichungen	13
4. Soziale Medien	14
4.1 Mitmachen oder nicht? Wenn ja, bei wem?	14
4.2 Facebook	15
4.3 Twitter	16
4.4 YouTube	16
4.5 Instagram	16
4.6 Blogs	17
4.7 Foren	17
4.8 Chats	17
4.9 Eine Präsenz in einem sozialen Netzwerk lohnt sich, wenn ...	18
5. Datenschutz und Datensicherheit	19
5.1 Was versteht man unter Datenschutz?	19
5.2 Wie ist mit den Daten von Verbands- und Vereinsmitgliedern umzugehen?	20
5.3 Was versteht man unter Datensicherheit?	20
5.4 Tipps für mehr Datensicherheit	21
5.5 Zeichen setzen für Datenschutz im Internet!	23
6. Nutzung und Haftung	24
6.1 Urheber-, Nutzungs- und Widerrufsrecht	24
6.2 Impressumspflicht und Haftungsausschluss (Disclaimer)	25
6.3 Datenschutzerklärung	26
6.4 Verlinkung auf externe Seiten	26
6.5 Werbung	26
Glossar	27
Linksammlung	30
Quellenverzeichnis	31





1. Repräsentation und Außendarstellung

Was solltest du als Botschafter deines Verbandes beachten?

Wenn du an einem Internetauftritt für deinen Verband arbeitest oder einen Flyer für deine Gruppe erstellen möchtest, wirst du zum Botschafter deines Verbandes.

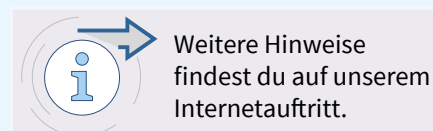
Als Botschafter deines Verbandes hast du eine ganz besondere Verantwortung für die Außendarstellung deiner Organisation. Um deiner Verantwortung gerecht werden zu können, solltest du das Leitbild deiner Organisation kennen und dich damit identifizieren können.

1.1 Leitbild

Die Verbände der diakonischen Sucht-Selbsthilfe haben ein Leitbild bzw. einen Leitgedanken, nach dem sie arbeiten. Beim Blauen Kreuz in der Evangelischen Kirche (BKE) und bei den Freundeskreisen für Suchtkrankenhilfe (Freundeskreise) gibt es niedergeschriebene Leitbilder. Beim Blauen Kreuz in Deutschland (BKD) gibt es die „Orientierungspapiere“. Die Fachgruppe Suchtkrankenhilfe & Prävention der Evangelisch-methodistischen Kirche (EmK) bietet auf ihrem Internetauftritt die „Informationen zu Sucht und Suchtkrankenhilfe“ an.

Wesentliche Fragen sind hier:

- Was prägt uns – Glaube und Menschenbild?
- Was verstehen wir unter Sucht?
- Wer sind wir und wofür treten wir ein?
- Welche Angebote gibt es?
- Was sind unsere Ziele?
- Wie ist unsere Organisationsstruktur?
- Wer arbeitet in diesem Verband mit?
- Gibt es eine Zusammenarbeit meines Verbandes mit anderen Organisationen?



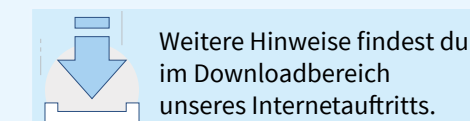
Alle diakonischen Sucht-Selbsthilfverbände sind geprägt von christlichen Grundwerten und vom Wissen um die Einzigartigkeit jedes Menschen und der Liebe Gottes zu jedem einzelnen Menschen. So spielt es keine Rolle, woher Menschen kommen, welcher Konfession oder politischen Richtung sie angehören, ob sie Mann oder Frau sind, Suchtkrank oder Angehöriger. Jeder Mensch ist uns allen gleich viel wert.



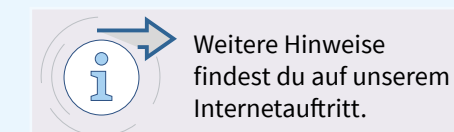
1.2 Erscheinungsbild für die Außendarstellung

Corporate Design

Für die optische Wiedererkennung von Unternehmen und Organisationen ist es wichtig, ein einheitliches Erscheinungsbild zu haben. Das nennt man *Corporate Design (CD)*. Das CD ist vor allem bei der Gestaltung der Kommunikationsmittel wichtig. Zum CD gehören unter anderem Logos (Wort-Bild-Zeichen), bestimmte Schriftarten, Farben oder auch Slogans (Leit- oder Werbesprüche).



Auch jedem, der an dieser Broschüre beteiligten Sucht-Selbsthilfverbände und der EmK ist die Einhaltung der Gestaltungsregeln wichtig. So haben alle Verbände zum Beispiel ihr eigenes Logo.



Viele weitere Gestaltungselemente sind jedoch erforderlich, um einen Flyer, einen Internetauftritt oder auch eine Briefpost eindeutig einem Verband zuordnen zu können. So finden sich beispielsweise auf allen Veröffentlichungen des BKE oben rechts Kreuze in diversen Farben und Größen. Sie sollen die Unterschiedlichkeit der Menschen und ihrer Suchtmittel im BKE symbolisieren. Die Kreuze werden immer in derselben Art und Weise verwendet.

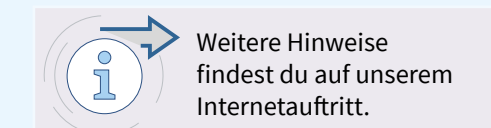
Die Verbandslogos



Wenn du einen Flyer, einen Internetauftritt oder ähnliches für deine Gruppe oder deinen Verein planst, frage deshalb bitte unbedingt bei deinem Verband nach den Vorgaben für die Gestaltung und die originalen Logo-Dateien oder schaue auf der Internetseite deines Verbandes in den Downloadbereich. Einige Verbände wie das BKD und das BKE haben auch Corporate-Design-Handbücher, die die richtige Verwendung der einzelnen Elemente beschreiben.

Benutze immer die originalen Dateien deines Verbandes.

Ein Beispiel, wie es nicht laufen sollte: Du willst ein Logo auf deinem Flyer platzieren, hast aber gerade nicht die Originaldatei zur Verfügung und „baust“ das Logo deshalb kurz auf dem Computer nach, weil du das Programm dazu hast. „Das sieht doch sehr ähnlich aus“, meinst du vielleicht. Aber das täuscht: Farben sehen auf dem Bildschirm immer anders aus als auf dem Papier. Außerdem kommt es schnell zu einem Effekt wie bei der Stillen Post – es gibt immer mehr Varianten des Logos und irgendwann hat jedes Mitglied sein eigenes Logo. Das sollte nicht passieren.



Einige Verbände bieten dir sogar Dateien mit vorgefertigten Briefbögen an, die du nur um deine örtlichen Gegebenheiten ergänzen musst.

Verwende immer den korrekten Namen deines Verbandes oder Vereins.

Beispiel: Für eine Spende an deinen als gemeinnützig anerkannten Verein willst du eine Zuwendungsbestätigung (Spendenquittung) erstellen. Auf deiner Bestätigung achtest du aber nicht auf den korrekten Vereinsnamen, er ist nicht mit dem im Vereinsregister identisch. In diesem Fall ist deine Zuwendungsbestätigung ungültig. Das ist sehr ärgerlich für den Empfänger. »»»



1.3 Haltung und Werte deines Verbandes

Nach so vielen beachtenswerten Dingen ist noch immer nicht Schluss. Wir sollten uns noch kurz mit der *Corporate Identity* beschäftigen. Während das *Corporate Design (CD)* das äußere Erscheinungsbild beschreibt (alles, was man sehen kann), verbirgt sich hinter Corporate Identity (CI) alles, was eine Firma oder Organisation ausmacht. Dazu gehören dann nicht nur Logos und Schriftarten, sondern auch Strategien, Handlungsweisen, der Umgang miteinander nach innen und nach außen, die Sprache, der Umgangston, das heißt: alle Bilder, die wir im Kopf haben, wenn wir von einer Organisation sprechen oder das Logo sehen.

BKD, BKE und Freundeskreise sind dem diakonischen (dem Menschen dienenden) Handeln verpflichtet. Alle Menschen unabhängig von Geschlecht, Herkunft, Abhängigkeit oder Religion sind uns gleichermaßen wichtig. Die Selbstbestimmung des Menschen kennzeichnet unsere Arbeit.

Dies sollte sich entsprechend des jeweiligen Leitbildes in allen Beiträgen und Veröffentlichungen widerspiegeln.

Selbstverständlich kannst du darauf stolz sein, abstinent leben zu können. Aber wenn wir Menschen auf Augenhöhe begegnen wollen, darf uns dieser Stolz nicht arrogant werden lassen, im Sinne von „Wir langjährig abstinent Lebenden sind die Guten. Du musst dich ranhalten, um unsere Leistungen zu erreichen“. Mit einer solchen Haltung schrecken wir die Menschen eher ab, die wir doch für uns gewinnen wollen.

1.4 Trennung von privaten und offiziellen Infos

Dass du vielleicht gerne Bratwürstchen isst und Bayern München-Fan bist, sind sehr sympathische Informationen über dich. Auf deiner Verbandsseite sollten sie aber nicht vorkommen. Auch deine Begeisterung für Katzen sollte nicht dazu führen, dass du lustige Filmchen darüber im Internetauftritt deines Vereins oder Verbandes präsentierst.

Auf der Seite deines Verbandes sollten nur Informationen stehen, die deinen Verband betreffen. Dazu gehört dann natürlich auch ein Bericht über ein Fußballturnier deines Verbandes oder die Tatsache, dass Fleischermeister Müller für das Sommerfest einen Bratwurststand spendiert. Das sind dann sogar sehr wichtige Informationen.

1.5 Einfache Sprache

Schreibe deine Beiträge so, dass möglichst viele Menschen sie verstehen können. Vermeide möglichst Fremdwörter und Fachausdrücke. Wenn du welche benutzt, erkläre sie bei der ersten Verwendung. Die meisten Menschen lesen nicht weiter, wenn sie einen Text nicht verstehen. Schreck deine Leser deshalb auch nicht mit ellenlangen Schachtelsätzen ab. Am Ende eines Satzes sollte der Leser noch wissen, was am Anfang gestanden hat. ●



2. Verhalten und Kommunikation im Internet

Wie bewege ich mich sicher durch das World Wide Web?

Vielleicht erght es dir wie den meisten Menschen: Die ungeheure Dimension des Internets, des *World Wide Web*, ist kaum zu begreifen. Alle paar Jahre verdoppelt sich die Zahl der Webseiten, die Milliardenschwelle war vermutlich schon 2014 überschritten. Wie viele Seiten es derzeit im weltweiten Netz gibt, kann niemand genau sagen. Es gibt nur Schätzungen.

Das Internet bietet mit seinen Möglichkeiten, sich zu informieren, einzukaufen, mit Menschen in den entlegensten Teilen der Welt in Kontakt zu treten, ungeheure Chancen – aber auch große Risiken, die nicht auf den ersten Blick erkennbar sind. Sich dessen bewusst zu sein, ist der erste Schritt zu mehr Sicherheit.

Das Internet ist vielleicht mit einem riesigen, verwinkelten Anwesen zu vergleichen. Es gibt interessant gestaltete Zimmer und schöne Ecken, in denen man sich gerne aufhält. Und Räume, die unaufgeräumt und finster sind, in denen man leicht stolpern und fallen kann. Diese Bereiche gibt es im Internet auch. Was hier bedeutet: Ein falscher Klick kann Aktionen auslösen, die du nicht gewollt hast und die dich in Schwierigkeiten bringen können.

Hier deshalb einige Tipps, die dir mehr Sicherheit beim Surfen im Internet geben sollen.

Datenschutz

(siehe dazu auch das Kapitel 5 ab Seite 19)

- Hüte deine persönlichen Daten! Das sollte für die reale genauso wie für die digitale Welt des Internets gelten. Vermeide es, deine private Anschrift oder deine Erreichbarkeit öffentlich zu machen. Mit deinen persönlichen Daten kann man gut Geschäfte machen. Auch Kriminelle freuen sich über die Angaben.
- Das Internet hat ein gutes „Gedächtnis“. Einmal eingestellt, sind Daten und Bilder nur sehr schwer wieder zu entfernen.
- Bei jeder Aktion im Internet hinterlässt du Spuren – die Adresse deines Internetauftritts (*URL*) oder die *IP-Adresse* deines Computers wird immer protokolliert und lässt Rückschlüsse auf dein Verhalten im Internet und damit auch auf dich zu. >>>>

- Nutze bei den sozialen Netzwerken, zum Beispiel bei Facebook, unbedingt die angebotenen Privatisierungseinstellungen. Bei deiner Anmeldung kannst du unter „Einstellungen“ entscheiden, wer beispielsweise deine Seite oder deine Kommentare (*Postings*) sehen darf und wer nicht. Sei besonders vorsichtig, wenn unbekannte Personen zu dir Kontakt aufnehmen wollen.
- Wenn du einen Vertrag im Internet abschließt, weil du dir beispielsweise etwas bestellen oder eine Reise buchen möchtest, lies dir immer zuerst die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) des Anbieters und die Bestimmungen zum Datenschutz durch. Gib erst danach deine eigenen Daten frei.
- Wenn du dich auf einer Seite oder bei einer Internetsitzung angemeldet hast (*Login*), beende diese Aktion immer über die Abmeldfunktion (*Logout*).
- Besondere Vorsicht ist auch bei der Kommunikation über E-Mails geboten. Versichere wichtige Dateien nicht unverschlüsselt! Denn E-Mails sind wie Postkarten: Jeder kann sie lesen. Öffne nie E-Mail-Anhänge von dir unbekannten Personen – sie könnten mit Viren oder Spionagesoftware „verseucht“ sein. Häufig ist der Absender ein *Fake*, das heißt, jemand anders verbirgt sich hinter dem Namen.



Verhalten

- Bei Facebook, Twitter oder anderen Internetkanälen sollte die Kommunikation genauso höflich und respektvoll ablaufen wie bei einer persönlichen Begegnung. Achte die Meinung deiner Gesprächspartner, auch wenn du sie nicht teilst. Andere zu verletzen, zu mobben oder lächerlich zu machen, geht im Internet genauso wenig wie im realen Leben.
- Leider ist die eigene Höflichkeit aber keine Gewähr dafür, dass die anderen sich genauso verhalten. Wenn sich jemand dir gegenüber aufdringlich oder grenzüberschreitend verhält, melde diese Kontakte unbedingt dem Betreiber des Netzwerks. *Mobbing* und Grenzüberschreitungen musst du nicht hinnehmen.
- Mache dir bewusst: Das Internet ist zwar ein internationaler, aber kein rechtsfreier Raum. Wie im realen Leben gelten hier Gesetze, die nationalen sowieso, oft aber auch noch Gesetze eines anderen Landes. ●



Weitere Hinweise findest du auf unserem Internetauftritt.



3. Der Internetauftritt für deinen Verein oder Verband

Was muss ich bei einer eigenen Internetseite beachten?

Der eigene Internetauftritt sollte für Verbände, Vereine und Gruppen eine Selbstverständlichkeit sein. Leider haben viele Menschen Angst, im Dickicht von Impressum, Datenschutz und Bildrechten Fehler zu machen, die teuer werden können. Es lauern viele rechtliche Fallstricke und Abmahn-Fallen. Diese Broschüre soll helfen, dir die Ängste zu nehmen.

Aus technischer Sicht ist das Erstellen eines Internetauftritts denkbar einfach. Auch ohne Programmierkenntnisse kann sich heute jeder mit Hilfe kostenloser Software selber eine Seite „basteln“ oder aus einem Baukasten-System mit vorgefertigten Layouts die passenden Seiten zusammenstellen. Eine weitere Möglichkeit ist, eine spezialisierte Agentur zu beauftragen. Und dann gibt es noch eine vierte Möglichkeit und die ist die beste.

Frage bei deinem Verband nach, ob er dir die Möglichkeit bietet, deine Webseite als Unterseite des Gesamtauftritts des Bundesverbandes zu gestalten. Dies bieten zum Beispiel BKD und

BKE an. Diese Variante hat nicht nur den Vorteil, dass viele Formatierungen wie Schriftarten, Farben oder Layouts bereits voreingestellt sind. Du sparst dir möglicherweise auch Kosten für den Internetauftritt.

Aber egal, für welche Lösung du dich entscheidest – du solltest darauf achten, dass dein Internetauftritt rechtssicher gestaltet ist. Die folgenden Tipps und besonders das Kapitel 6 helfen dir dabei.

3.1 Texte und Fotos – Vorsicht Urheberrecht!

Ein Internetauftritt besteht aus Texten, Fotos und oft auch Videos. Woher bekommst du die? Die Texte schreibst du vermutlich selbst oder sie kommen vom Verband - dann gibt es kein Problem. Falls dir aber auf einer anderen Seite im Internet, irgendwo in einer Broschüre oder in einer Zeitung ein Text besonders gut gefallen hat, hüte dich davor, ihn einfach auf deine Seite zu stellen! Dasselbe gilt für alle Fotos, Grafiken

»»»»

oder Videos, die du irgendwo findest – sei es bei der Bildersuche im Internet, beim Stöbern auf Videokanälen oder in sozialen Netzwerken.

Grundsätzlich musst du den Autor, Fotografen oder Filmhersteller – also den Urheber des Werkes – fragen, ob du seine Texte, Fotos, Videos für deine Zwecke nutzen darfst. Das sieht das Urheberrecht so vor. Wenn du dich nicht daran hältst, kann dich der Urheber verklagen. Siehe dazu auch das Kapitel 6.

Beim Erstellen eines Internetauftritts musst du also sicherstellen, dass du für sämtliche veröffentlichten Inhalte – wenn es nicht deine eigenen sind – Nutzungsrechte vorliegen hast. Am besten holst du dir die Erlaubnis der Urheber schriftlich ein. Wenn du nicht weißt, woher ein Foto oder ein Text stammt, verwende es nicht. Die Entschuldigung, von nichts gewusst zu haben, lassen Richter in einem Streitfall nicht gelten.

3.2 Schutz der Persönlichkeit und das Recht am eigenen Bild

Das Internet bietet Verbänden bzw. Vereinen große Chancen zur Selbstdarstellung. Es birgt aber auch gewisse Risiken für die Verbands- bzw. Vereinsmitglieder. So ist die Veröffentlichung von Informationen über die Mitglieder auf deiner Verbandsseite nur dann zulässig, wenn sich die betreffenden Personen damit einverstanden erklärt haben. Zum heiklen Thema Datenschutz lies bitte auch das Kapitel 5.

Das betrifft auch das Thema Fotos: Vom letzten Ausflug oder vom Grillfest sind schöne Bilder entstanden. Du hast sie selber gemacht oder der Fotograf stellt sie dir kostenlos für deine Webseite zur Verfügung. Prima – aber damit bist du noch nicht auf der sicheren Seite. Du musst grundsätzlich die abgebildeten Personen fragen, ob sie fotografiert werden wollen und mit einer Veröffentlichung einverstanden sind. Bei Kindern muss die Erlaubnis der Eltern eingeholt werden. Am besten wird diese Frage schon vorab geklärt, also bevor jemand herumgeht und fotografiert. Muster für Fotogenehmigungen gibt es im Internet. Du kannst sie für deine Zwecke anpassen.



Ausnahmen von dieser Regel gibt es allerdings auch: Wenn Personen nur als "Beiwerk" zum Beispiel auf Fotos von öffentlichen Plätzen oder Sehenswürdigkeiten erscheinen, muss man nicht hinter ihnen herlaufen und um Erlaubnis fragen. Auch nicht bei öffentlichen Veranstaltungen wie Kongressen oder Demonstrationen, wo große Menschenmengen zusammenkommen. Und Personen der Zeitgeschichte wie bekannte Politiker oder Schauspieler müssen es sich auch gefallen lassen, ungefragt fotografiert zu werden.

3.3 Die Lösung: Bilderdienste

Es gibt heute eine große Zahl an Bilddatenbanken, von denen du Fotos für deine Webseite beziehen kannst. Da sind beispielsweise die kostenlosen Anbieter, über die meist fotografische Laien ihre Fotos der Allgemeinheit zur Verfügung stellen. Nach einmaliger Anmeldung kannst du dir dort Fotos herunterladen und gemäß der Nutzungsbedingungen verwenden. Pflicht ist auch dort immer die Nennung des Fotografen.

Darüber hinaus gibt es die kostenpflichtigen Bildagenturen, die Nutzungsrechte an den Fotos meist für einen bestimmten Zweck, für eine bestimmte Dauer oder für einen bestimmten Raum verkaufen.

Vielleicht hat auch dein Verband Fotos, die du für deine Webseite nutzen kannst. Frag nach.

3.4 Kein Internetauftritt ohne Impressum und Datenschutzerklärung

Der Gesetzgeber sieht vor, dass in allen, nicht privaten Internetauftritten gut erkennbar sein muss, wer die Seite erstellt hat. Diese Informationen, Impressum genannt, sollten am besten auf einer eigenen Seite untergebracht sein und über einen eigenen Menüpunkt in deinem Internetauftritt erreicht werden. Siehe dazu Kapitel 6. Dasselbe gilt für das Thema Datenschutzerklärung. Ein Text zum Umgang mit personenbezogenen Daten ist ebenfalls Pflicht in Internetauftritten. Da dieser Text sofort zu finden sein muss, bietet sich ebenfalls eine eigene Seite an.

3.5 Verlinkungen

Links zu anderen Organisationen verhelfen deiner Internetseite zu besseren Rankings in den Suchmaschinen. Deine Seite wird dann bei den Suchergebnissen weiter oben platziert und von den Lesern schneller gefunden. Insofern sind Verlinkungen zu anderen Seiten sehr hilfreich.

Achte aber darauf, dass du nur zu dir bekannten und befreundeten Organisationen verlinkst. Mach deutlich, dass es sich um einen Link zu anderen Seiten handelt. Lass solche externen Links stets in einem neuen Fenster öffnen, damit nicht der Eindruck entsteht, das dort Beschriebene gehöre zu deinem Verband. Siehe auch dazu das Kapitel 6.

3.6 Intranet – Der Raum für interne Veröffentlichungen

Ein passwortgeschützter Bereich im Internetauftritt, Intranet genannt, ist eine gute Möglichkeit, verbandsintern Informationen zugänglich zu machen. Über die Vergabe eines Benutzernamens und eines Passwortes erhalten bestimmte Verbandsmitglieder wie Gruppenleiter eine persönliche Zugriffsberechtigung. Dies hat den Vorteil, dass nur die berechtigten Verbandsmitglieder auf bestimmte personenbezogene Daten zugreifen können, die sie brauchen, um ihre Arbeit im Verein ehrenamtlich oder hauptamtlich besser tun zu können. ●



4. Soziale Netzwerke

Wie nutze ich Facebook, Twitter, Instagram & Co. sinnvoll?

Heutzutage reicht es für Unternehmen und Verbände nicht mehr aus, nur einen Internetauftritt zu haben. Öffentlichkeitsarbeit und Werbung sollten auch soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, Instagram & Co in ihre Arbeit einbeziehen.

Soziale Netzwerke werden häufig genutzt, um Kontakte zu knüpfen und zu pflegen oder von sich zu berichten. Die Kommunikation läuft über die *Profilseiten* der Nutzer und ihre *Posts* (Meldungen). Viele Nutzer stehen mit ihrem realen Namen in den Netzwerken.

Für deinen Verband ist es gut, wenn du soziale Netzwerke sinnvoll nutzt. Du kannst deinen Verband bekannter machen, mit Menschen über die Verbandsarbeit kommunizieren, wichtige Themen verbreiten (zum Beispiel Artikel *teilen*) und das Ansehen (*Image*) deines Verbandes verbessern.

4.1 Mitmachen oder nicht? Wenn ja, bei wem?

Wenn sich dein Verband dafür entscheidet, die sozialen Medien zu nutzen, ist das zunächst einmal eine gute Entscheidung. Denn hier tobt das Leben, hier tummeln sich viele Menschen, hier finden Kommunikation und Austausch statt. Muss tatsächlich aber jedes soziale Netzwerk genutzt werden oder gibt es vielleicht nur einige wenige, die für deinen Verband und sein Anliegen nützlich sind? Diese Frage solltest du dir zuallererst stellen. Um herauszufinden, welches soziale Netzwerk sinnvoll ist, hilft dir die folgende Übersicht ausgewählter Netzwerke.

Facebook ist immer noch das meistbenutzte soziale Netzwerk. Nach eigenen Angaben hat das gleichnamige Unternehmen seit Juni 2017 monatlich zwei Milliarden aktive Nutzer, in Deutschland sind es 30 Millionen. Der unternehmenseigene Kommunikationsdienst Facebook Messenger wird weltweit von 900

Millionen Menschen regelmäßig genutzt. Fast genauso viele sind bei Instagram und mehr als eine Milliarde bei WhatsApp, die beide ebenfalls zu Facebook gehören.

Unter den „Einzelkämpfern“ der Branche ist derzeit Twitter mit knapp 330 Millionen Nutzern die Nummer Eins. Weitere bekannte Netzwerke sind Google+, Pinterest, Snapchat oder die Berufsnetzwerke Xing und LinkedIn. So unterschiedlich die Netzwerke auch sind, eines haben alle gemeinsam: Sie erreichen ein Millionen- oder gar Milliardenpublikum. Ein weiterer positiver Aspekt ist: Wer beispielsweise auf Facebook vertreten ist, steigt automatisch im Ranking der Suchmaschinen.



4.2 Facebook

facebook

Mehr als jeder vierte Bewohner der Erde ist dort – oft unter echtem Namen – mit einer *Profilseite* vertreten, auf der er oder sie sich mehr oder weniger ausführlich vorstellen sowie Fotos und Videos hochladen kann. Auf der Pinnwand der Profilseite können andere Facebook-Nutzer Beiträge des Profilbesitzers kommentieren oder andere öffentlich sichtbare Nachrichten (*Posts*) hinterlassen. Und umgekehrt. Private Profile können durch Freundschaftsanfragen untereinander vernetzt werden, wobei eine unbeschränkte Anzahl von Abonnenten möglich ist, jedoch nicht mehr als 5.000 „Freunde“ (direkte Verbindungen).



Sehr bekannt ist Facebook für seinen *Like-Button* (übersetzt heißt es in etwa „Gefällt-mir-Knopf“), mit dem man mit nur einem Klick äußern kann, wenn man etwas gut findet. Seit einiger Zeit ist der Button um weitere Gefühlsäußerungen erweitert worden: Auch Liebe, Erstaunen, Belustigung, Trauer und Wut haben jetzt ein Symbol. Alternativ zu öffentlichen Nachrichten kann man anderen Nutzern persönliche Nachrichten schicken oder *chatten* (mit ihnen schriftlich ein Gespräch führen).

Für gemeinsame Interessensbereiche können Gruppen eingerichtet und Freunde zu Veranstaltungen eingeladen werden.

Auch du kannst für deinen Verband eine Seite auf Facebook erstellen, von der aus du eure „Fans“ ansprechen und neue dazugewinnen kannst.

Das geht so: Gib eine kurze, knackige Beschreibung deines Verbandes und füge ein gutes Profilbild (kein *verpixeltes* Logo) und ein aussagekräftiges Titelbild hinzu. Ein Impressum sowie Verlinkungen zum eigenen Internetauftritt oder Newsletter deines Verbandes und zu anderen sozialen Netzwerken sollten auch nicht fehlen. Die Informationen sollten aktuell und vollständig sein und Lust auf mehr Infos machen.

Ist deine Profilseite, auch *Fanpage* genannt, erst einmal *geliked*, wird ein Teil der Aufmerksamkeit automatisch auch auf Posts dieser Seite fallen, was deinem Verband die Chance gibt, Beachtung zu finden.

Gemeinnützige Organisationen können seit 2015 zudem einen Spendenbutton auf ihrer Seite einfügen, über den sie ihre Fans zum eigenen *Spendentool* führen. Immer mal wieder kommen solche neuen Funktionen auf Facebook hinzu, über deren Nutzung du dich informieren solltest, wenn du dich entscheidest, dieses Netzwerk zu nutzen.

Lohnt sich der Aufwand?

Die Erstellung und Nutzung deiner eigenen Verbandsseite auf Facebook ist kostenlos. Allerdings können Kosten für die redaktionelle Pflege der Seiten, für die Nutzung besonderer Funktionen und Werbemaßnahmen entstehen.

Natürlich ist die Tatsache, dass ein großer Wirbel um eine Internet-Plattform gemacht wird, noch kein Grund mitzumachen. Bei Facebook ist es jedoch so, dass allein die riesige und immer noch steigende Anzahl an Nutzern die große Chance bietet, dort sowohl nationale als auch internationale Interessenten zu erreichen und für das Anliegen deines Verbandes zu interessieren.

»»»





Wenn dein Verband Facebook-Werbeanzeigen nutzen will, hast du durch die Auswahlmöglichkeiten wie Alter, Geschlecht, Hobbys, Interessen und Herkunft leicht die Möglichkeit, gewünschte Zielgruppen zu erreichen. Richtig wertvoll wird deine Seite auch, wenn du *Feedback* bekommst und Mitglieder deine Inhalte weiterverbreiten.

Jeder Verband muss herausfinden, wie oft er am besten etwas postet. Das Optimum für Posts liegt zwischen zwei bis dreimal die Woche und täglichen Neuigkeiten. Gepostet werden kann fast alles, was einen Mehrwert bietet. Nutzer *liken* und *teilen* in der Regel häufiger Bilder und Videos.



4.3 Twitter

Twitter (englisch für „Gezwitscher“) ist ein Kurznachrichtendienst, mit dem du telegrammartige Kurznachrichten verbreiten kannst, auch *Tweets* (von englisch *tweet* „zwitschern“) genannt. Willst du über Beiträge anderer Nutzer informiert werden, kannst du ihnen „folgen“ und bekommst ihre Tweets künftig in deiner eigenen *Timeline* (Zeitschiene) angezeigt. Ein Nutzer, der dir folgt, wird als *Follower* (von englisch *follow* „folgen“) bezeichnet.

Jeder Tweet ist auf maximal 280 Zeichen begrenzt und standardmäßig öffentlich sichtbar. Mit seinen kurzen Textnachrichten ist Twitter eines der schnellsten Nachrichtenmedien der Welt.

Twittern lohnt sich für deinen Verband, wenn er sich zu aktuellen und viel diskutierten Themen äußern möchte. Von Vorteil ist, nicht nur einfach Facebook-Posts oder *Blog*-Einträge zu twittern, sondern für Twitter eigene Meldungen zu entwickeln, die einen hohen Nachrichtenwert haben.



4.4 YouTube

YouTube ist ein Videoportal, auf dem du dir kostenlos Videoclips ansehen, sie bewerten, kommentieren und selbst eigene Videos hochladen kannst. Das Portal ist der Marktführer in Deutschland. Über 80 Prozent der in Deutschland eingestellten Videos sind auf YouTube zu sehen. Weltweit hat das Portal eine Milliarde Nutzer.

Das kostenlose Hochladen und Verbreiten der Videos hat besonders für gemeinnützige Organisationen klare Vorteile. Der Preis der technischen Ausstattung und der Aufwand bei der Herstellung von Videos sind in den letzten zehn Jahren enorm gesunken. Mit deinem Smartphone kannst du mittlerweile ohne großen Aufwand selbst Videos erstellen und damit die Öffentlichkeit in den sozialen Netzwerken auf dein Thema aufmerksam machen.

Besonders interessant: YouTube bietet eine Funktion für *Non-Profit-Organisationen* (wie die Sucht-Selbsthilfverbände), die es ihnen erlaubt, kostenlose Anzeigen einzublenden. Das können *Links* zu einer Spendenseite oder auch Videos sein.



4.5 Instagram

Instagram ist ein kostenloser Online-Dienst, der es ermöglicht, Fotos und Videos über eine App auf dem Smartphone mit anderen zu *teilen*. Charakteristisch für Instagram sind die verschiedenen Filter, mit denen man Fotos darstellen kann.

Mit Instagram kannst du deine Fotos auch in anderen verknüpften sozialen Netzwerken verbreiten. Derzeit gibt es für Unternehmen kein spezielles Nutzerprofil, so kann beispielsweise

kein Impressum eingetragen werden. Dennoch kann es für deinen Verband gut sein, Instagram zu nutzen, weil allein in Deutschland neun Millionen Menschen bei Instagram mitmachen.



4.6 Blogs

Ein *Blog* ist eine Art Tagebuch oder ein Magazin mit verschiedenen Themen, das auf einer Internetseite geführt wird. Der Autor oder die Autoren werden *Blogger* oder *Weblogger* genannt. Optisch sind Blogs oft gar nicht von „normalen“ Internetseiten zu unterscheiden. Blogs existieren schon seit Mitte der 1990er Jahre. Trotz der Einführung von sozialen Netzwerken wie Facebook konnten sie sich halten und werden dadurch sogar gefördert.

Der große Vorteil von Blogs ist, dass du deine Informationen und Kommentare auf einfache Weise veröffentlichen kannst. Deine Texte werden von Suchmaschinen gefunden und je öfter du sie aktualisierst, desto größer sind die Chancen auf ein gutes *Ranking* in den Suchmaschinen.

Dein Verband kann ein(en) Blog darüber hinaus für die interne Kommunikation mit Förderern und Mitgliedern nutzen oder als Begleitmedium für Kampagnen betreiben.



4.7 Foren

Foren im Internet sind Orte, an denen Meinungen ausgetauscht und Fragen beantwortet werden können. Im Gegensatz zum *Chat* werden Beiträge in einem *Forum* nicht unmittelbar beantwortet. Die Kommunikation kann zeitversetzt erfolgen.

Jedes Internet-Forum besitzt üblicherweise ein Oberthema, dem verschiedene Unterthemen zugeordnet sind. Hier kannst du Diskussionsbeiträge schreiben, die von anderen beantwortet werden können. Alle zusammenhängend aufeinander antwortenden Beiträge werden als *Thread* (Faden) oder *Topic* (Thema) bezeichnet. Mit jedem neuen Thread beginnt eine neue Diskussion. Viele Internetforen können kostenlos genutzt werden und werden oft ehrenamtlich betrieben.

Für deinen Sucht-Selbsthilfverband kann es lohnenswert sein, sich in Foren einzuklinken. Du kannst dort Menschen mit Ratschlägen helfen oder ihnen eine Brücke zu deiner Selbsthilfegruppe oder deinem Verband bauen, wo sie persönlich Hilfe erhalten.



Weitere Hinweise findest du auf unserem Internetauftritt.



4.8 Chats

Das Wort *Chat* kommt vom englischen „plaudern“ bzw. „sich unterhalten“ und bezeichnet die elektronische Kommunikation übers Internet in Echtzeit. *Chatten* funktioniert also nur dann, wenn andere Menschen gleichzeitig im Chatraum sind und sich am Gespräch beteiligen. Um einen angemessenen Umgangston zu sichern, gibt es eine sogenannte *Chatiquette*, die spezielle Regeln für die Umgangsformen in einem Chat festlegt.

Eine Gefahr ist, dass du dir in einem Chat nie sicher sein kannst, ob das Gegenüber auch wirklich das ist, wofür er oder sie sich ausgibt. Chatter, die sich für jemand anderen ausgeben, als sie tatsächlich sind, werden *Fakes* genannt. Insgesamt ist die Kommunikation im Chat kurzlebiger als in einem Forum, denn Chatgespräche werden in der Regel nicht archiviert. Hier gilt dieselbe Empfehlung wie beim Forum. »»»



4.9 Eine Präsenz in einem sozialen Netzwerk lohnt sich, wenn ...

... die fachliche Kompetenz in deinem Verband vorhanden ist.

Wenn du dich für deinen Verband in den sozialen Netzwerken engagieren möchtest, ist es von Vorteil, wenn du dich dort schon etwas auskennst. Im besten Fall nutzt du bereits als Privatperson Facebook, Twitter oder Instagram. Trotzdem kannst du den Umgang mit den sozialen Netzwerken natürlich auch lernen.

... die Zeit dafür vorhanden ist.

Es nützt nichts, wenn dein Verband in unterschiedlichen Netzwerken vertreten ist, diese aber nicht ordentlich pflegt. An Internetseiten, auf denen nichts passiert, verlieren die Menschen schnell das Interesse. Also solltest du dich fragen, ob du die Zeit für die regelmäßige Beschäftigung mit sozialen Netzwerken hast.

... dort eure Zielgruppe erreicht wird.

Hier musst du eventuell einen Testlauf starten und über Monate ausprobieren, über welchen Kanal du welche Menschen erreichen kannst.

... die richtigen Inhalte geliefert werden.

Mit „richtigen Inhalten“ sind Inhalte gemeint, die denjenigen nützen, die erreicht werden sollen. Versuch immer von deiner Zielgruppe her zu denken: Was würden sie gerne wissen wollen? Was würde ihnen helfen?

Generell gilt:

Wenn du dich in diesem Bereich engagierst, solltest du dir darüber bewusst sein, dass du mit der Stimme deines Verbandes sprichst. In seinem Namen postest oder kommentierst du etwas, deine private Meinung sollte hier nicht vorkommen.

Besser ein Kommunikationskanal wird gut "bespielt", als verschiedene nur mittelmäßig! Folgender Tipp kann dir helfen herauszufinden, welche Kanäle gut funktionieren:

So gut wie alle sozialen Plattformen haben integrierte Statistiken, die zum Beispiel Auskunft darüber geben, wie viele Personen deine Seiten aufgerufen haben, welche Seiten bevorzugt wurden oder wie viele neue „Gefällt mir“-Angaben deine Seiten bekommen. In den sozialen Netzwerken kann fast alles gemessen werden. Als Messwert kannst du Verlinkungen, Erwähnungen, Retweets, Favoriten und Teilungen nutzen und auswerten.

Es zählt der Gesamtauftritt

Erfolge in der Öffentlichkeitsarbeit können sich nicht nur virtuell widerspiegeln, sondern auch in der realen Welt. Wenn zum Beispiel Menschen im Internet auf deinen Verband aufmerksam werden, die Presse sich bei dir meldet oder bei dir Experten für Fachreferate angefragt werden, spricht das für eine gute Arbeit. Sie kann aber nie nur an einem Post bei Facebook festgemacht werden kann. Es spielen alle Aktivitäten zusammen.

Letztlich gilt es auszuprobieren, wo du welche Menschen erreichen kannst und klarzubekommen, welche Ziele dein Verband mit seinem Auftritt in sozialen Netzwerken verfolgt. Sollten die Bemühungen nicht fruchten, steht es deinem Verband frei, sich aus einem bestimmten Netzwerk wieder zurückzuziehen und sich an anderer Stelle einzubringen. ●



5. Datenschutz und Datensicherheit

Wie gehe ich mit persönlichen Daten um und wie schütze ich sie?

Datenschutz, Datensicherheit, Datensicherung – diese Begriffe klingen alle sehr ähnlich und werden oft falsch verwendet. In diesem Kapitel helfen wir dir, die Begriffe richtig zu verstehen.

5.1 Was versteht man unter Datenschutz?

Beim Thema Datenschutz geht es darum, die Privatsphäre eines Menschen zu schützen.

Eng mit dem Datenschutz verknüpft ist der vom Bundesverfassungsgericht geprägte Begriff der „informationellen Selbstbestimmung“. Dieser Begriff beschreibt das Grundrecht, selbst zu entscheiden, welche Informationen man von sich an wen und in welchem Umfang weitergibt.

Demgegenüber steht die Tatsache, dass der Staat gesetzlichen Anspruch auf einige Daten der Bürger hat und dass man viele Leistungen von Unternehmen nur in Anspruch nehmen kann, wenn man Informationen über sich verrät. Wie mit diesen personenbezogenen

Daten zu verfahren ist, die die Bürger dem Staat melden müssen oder die sie freiwillig an Dienstleister oder auch Verbände wie der Sucht-Selbsthilfe geben, regelt das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG).

Was sind personenbezogene Daten?

Als personenbezogene Daten gelten sämtliche Informationen, die etwas über eine Person aussagen können. Neben Name, Anschrift und Geburtsdatum gehören dazu zum Beispiel auch Familienstand, Zahl der Kinder, Beruf, Telefonnummer, E-Mail-Adresse, Anschrift, Eigentums- oder Besitzverhältnisse, persönliche Interessen, Mitgliedschaft in Organisationen, Datum des Vereinsbeitritts, sportliche Leistungen, Platzierung bei einem Wettbewerb und dergleichen. »»»

Diese Grundsätze des Datenschutzes sind zu beachten:

- **Verbot mit Erlaubnisvorbehalt (§4 BDSG)**
Personenbezogene Daten dürfen nur gewonnen und verarbeitet werden, wenn die betroffene Person oder ein Gesetz dies erlauben.
- **Erforderlichkeitsprinzip**
Erhoben, gespeichert, eingesehen und verarbeitet werden dürfen nur Daten, die unbedingt erforderlich sind, um die jeweilige Aufgabe erfüllen zu können. Jeder Einzelfall muss geprüft werden!
- **Zweckbindung**
Daten dürfen nur für einen konkreten Zweck erhoben und verarbeitet werden. Ein neuer Zweck erfordert eine neue Erlaubnis der betroffenen Person.
 - **Datenvermeidung**
Es dürfen nicht wahllos Daten gesammelt werden, weil man sie vielleicht später mal brauchen könnte, sondern immer nur „im erforderlichen Umfang“.
- **Datensicherheit**
Die datensammelnde Institution hat dafür zu sorgen, dass die Daten nur Befugten zugänglich sind und dafür geeignete präventive Maßnahmen zu treffen. Die Vertraulichkeit ist zu wahren.
- **Transparenz und Vertrauen**
Zu welchem Zweck Daten erhoben werden, muss zu Beginn einer Erhebung deutlich gemacht werden, zum Beispiel in einer Datenschutzvereinbarung. Die betroffenen Bürger haben das Recht auf Auskunft.
- **Richtigkeit**
Jeder hat das Recht, falsche Daten berichtigen zu lassen.



5.2 Wie ist mit Daten von Verbands-/ Vereinsmitgliedern umzugehen?

Aus dem Bundesdatenschutzgesetz folgt, dass mit den Daten anderer Personen sehr vorsichtig umgegangen werden muss. **Denn jeder, der personenbezogene Daten erhebt, verarbeitet oder nutzt oder dies durch andere in ihrem Auftrag vornehmen lässt, ist verantwortlich im Sinne des § 3 Abs. 7 Bundesdatenschutzgesetz.**

Für den Umgang mit Mitgliederdaten gilt, ...

- ... dass jeder Funktionsträger nur die für die Erfüllung seiner Aufgaben erforderlichen Mitgliederdaten kennen und nutzen darf. Wer ein Funktionsträger ist und welche Aufgaben er oder sie jeweils hat, legt die Satzung oder die Geschäftsordnung fest.
- ... dass die Daten von Mitgliedern nicht ohne ihr Einverständnis veröffentlicht werden dürfen. Das heißt, man darf nicht einfach Mitgliederlisten für jedermann lesbar auf die Webseite stellen oder Fotos vom letzten Grillfest. Es dürfen auch keine persönlichen Angaben von Mitgliedern an die Presse gegeben werden, zum Beispiel in Pressemitteilungen oder bei Pressegesprächen. Die Personen müssen jeweils um Erlaubnis gefragt werden.
- ... dass keine Daten von Mitgliedern ohne deren Einverständnis an andere Mitglieder weitergegeben werden dürfen. Zum Beispiel, indem Mitgliederlisten in einem E-Mail-Verteiler herumgemailt oder die Personalien von Mitgliedern im Vereinsheim ausgehängt oder ins Intranet gestellt werden. Jedes einzelne Mitglied muss der Übermittlung von Daten an andere Mitglieder zustimmen.

5.3 Was versteht man unter Datensicherheit?

Im Unterschied zum Datenschutz geht es bei der Datensicherheit um die Frage, wie Daten vor Manipulationen, Verlust oder unberechtigter Kenntnisnahme geschützt werden können. Das können digital vorhandene Daten im Computer sein oder analoge, also noch auf

Papier gedruckte. Es geht hier auch nicht nur um personenbezogene Daten von Mitgliedern, sondern um alle Daten, die relevant für deinen Verein oder Verband sein können, wie Kalkulationen, Geschäftsberichte oder Protokolle.

„Gemäß § 9 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sind alle Stellen, welche personenbezogene Daten verarbeiten, erheben oder nutzen verpflichtet, technische und/oder organisatorische Maßnahmen (kurz: TOM) zu treffen, um zu gewährleisten, dass die Sicherheits- und Schutzanforderungen des BDSG erfüllt sind.“ (Datenschutz-Wiki)

Datensicherheit ist übrigens nicht gleich Datensicherung. Datensicherung ist eine technische Maßnahme für die Datensicherheit. Siehe die nachfolgenden Tipps.



 **Weitere Hinweise findest du auf unserem Internetauftritt.**

5.4 Tipps für mehr Datensicherheit

Damit Daten auf deinem Computer auch wirklich sicher sind, beachte folgende Tipps:

Mach dir immer bewusst, wie sensibel Daten sind!

Für den Umgang mit vertraulichen Informationen solltest du keinen öffentlichen Computer verwenden, da du nicht wissen kannst, ob dieser ausreichend gegen Viren, Würmer, Trojaner und äußere Angriffe geschützt ist. Schütze deinen Computer vor den Blicken anderer. Achte darauf, wer auf deinen Bildschirm sehen kann, wenn du sensible Daten wie Benutzernamen und Kennwörter eingibst.



Halte dein System immer auf dem aktuellen Stand.

Software-Anbieter entwickeln ihre Produkte ständig weiter und schließen damit aufkommende Sicherheitslücken. Halte daher die Software und besonders das Virenschutz-Programm deines Computers auf dem aktuellsten Stand, um dich vor Angriffen zu schützen. Mache es dir zur Regel, Hinweise auf Updates zu beachten und nicht wegzuklicken!

Achte auf hohe Sicherheitseinstellungen.

Um deine Daten zu schützen, installiere ein Virenschutz-Programm und eine *Anti Spy-Software*. Wichtig ist auch, dass du auf deinem Computer eine *Firewall* einrichtest. Nutze auch die Anti-Viren-Software deines E-Mail-Anbieters, um einen möglichst hohen Sicherheitsstandard zu bekommen.

Sichere deinen Computer mit einem Kennwort.

Damit du deinen Computer und damit deine Daten vor dem Zugriff Dritter schützt, solltest du ihn immer durch ein Passwort sperren. Achte darauf, ein sehr sicheres Passwort zu nehmen.

Denk dir sichere Passwörter aus.

Jeder denkt, dass es ihn schon nicht trifft. Was aber, wenn doch? Wenn auf einmal das Passwort für den großen Internethändler geknackt wurde, das zugleich der Schlüssel zu persönlichen Kontoverbindungen, Online-Shops, zum Facebook- und E-Mail-Account ist? Dann besteht die Gefahr, dass sich Dritte damit einloggen und unter deinem Namen im Internet einkaufen, Verträge abschließen, Nachrichten verschicken und im Extremfall deine Identität im Internet annehmen. »»»



Deshalb muss ein gutes Passwort her!
Ein Passwort ...

- ... sollte mindestens aus acht unterschiedlichen Zeichen und Ziffern bestehen.
- ... sollte Groß- und Kleinbuchstaben, Zahlen und Sonderzeichen (wie: \$ & ? * ! ?) enthalten.
- ... sollte nicht Namen, Geburtsdatum, Telefonnummer oder Ähnliches enthalten.
- ... sollte keine Zahlenfolge (12345 ...) oder alphabetische Buchstabenfolge (ABCDE ...) sein.

Je sensibler ein Zugang ist (wie zum Beispiel beim Online-Banking), umso mehr Sorgfalt sollte auf die Verschlüsselung gelegt werden.

Klebe Passwörter nicht an den PC.

Passwörter sollten niemals unverschlüsselt auf dem Computer abgelegt werden oder auf dem berühmten Notizzettel am Bildschirm kleben. Wer sich Passwörter notieren will, sollte diese stattdessen auf Papier unter Verschluss halten oder auf dem Computer in einer verschlüsselten Datei ablegen.

Prüfe Downloads und E-Mail-Anhänge.

Viren werden gerne über Datei-Anhänge verbreitet. Öffne daher nur vertrauenswürdige Anhänge von Personen, die du tatsächlich kennst. Bei Software-Downloads verhält es sich ähnlich: Wenn dir der Anbieter oder die Seite nicht vertrauensvoll erscheinen, solltest du das Programm nicht herunterladen.

Schalte die Funkschnittstellen aus.

Um deinen Computer vor Angriffen von außen zu schützen, schalte alle nicht aktuell benötigten Funkschnittstellen ab. Wenn du aus dem Haus gehst, schließt du ja auch die Haustür ab. Also warum nicht den WLAN-Sender am Router ausschalten, wenn du nicht im Internet bist? Die meisten Modelle haben heute einen Knopf auf der Rückseite. Das Gleiche gilt für das Handy. Schalte Bluetooth aus, wenn du es nicht brauchst, um Unbefugten nicht den Zugang zu deinen persönlichen Daten zu ermöglichen.

Sichere regelmäßig deine Daten.

Von wichtigen Daten/Dokumenten solltest du regelmäßig eine Sicherheitskopie machen, zum Beispiel auf CD-ROM / DVD, einem USB-Stick oder einer externen Festplatte. Moderne Betriebssysteme erledigen das Kopieren nach einmaliger Einrichtung selbstständig im Hintergrund.



Verschlüssele Daten auf externen Speichergeräten.

Externe Speichergeräte wie USB-Sticks und externe Festplatten sind sehr nützlich, um Daten außerhalb des Computers zu sichern. Doch die über den USB-Anschluss am Computer anzuschließenden Geräte bergen auch ein erhebliches Sicherheitsrisiko. Sie können Späh-Programme und Viren enthalten, auch neue Geräte. Eine gute Antiviren-Software hilft,

diese Feinde zu erkennen. Um die Daten zu sichern, die du auf externen Speichermedien ablegst, solltest du die Daten verschlüsseln. Besonders bei den kleinen USB-Sticks ist das zu empfehlen, weil sie schnell verlorengehen können.

Vergiss nicht, die mobilen Geräte zu sichern.

Mobile Geräte wie Smartphones und Tablets sind gegen die gleichen Gefahren zu schützen wie der Computer zuhause. Bei diesen Geräten kommt noch die Gefahr hinzu, dass sie gestohlen oder irgendwo vergessen werden können. Umso wichtiger ist es, die Daten darin vor unberechtigten Zugriffen zu schützen.

Speicher keine personenbezogenen Daten von Mitgliedern in der Cloud.

Das Speichern personenbezogener Daten in einer *Cloud* empfiehlt sich aus datenschutzrechtlicher Sicht nicht. Das Bundesdatenschutzgesetz behandelt das Unternehmen, das die Cloud anbietet, wie eine ausgelagerte Abteilung des Auftraggebers, der sich davon überzeugen muss, dass das Cloud-Unternehmen im Sinne des deutschen Datenschutzes alles richtig macht. Außereuropäische Unternehmen (wie zum Beispiel *Dropbox*) kommen deshalb sowieso nicht in Betracht, aber auch bei der Wahl eines deutschen Anbieters, der deutschem Recht unterliegt, bleibt die Verantwortung überwiegend beim Auftraggeber.



5.5 Zeichen setzen für Datenschutz im Internet!

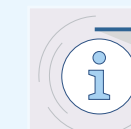
Für die gemeinschaftliche Selbsthilfe im Internet ergeben sich besonders hohe Anforderungen an die Wahrung der Privatsphäre. Die Beteiligten müssen sich darauf verlassen können, Internetauftritte der Selbsthilfe anonym besuchen zu können und auch in Selbsthilfeforen offen über ihre Situation zu berichten, ohne dass ihnen daraus Nachteile entstehen - weder aktuell, noch zukünftig.

Die NAKOS und die Selbsthilfe Kontakt- und Informationsstelle (SEKIS) Berlin haben deshalb einen Prozess für mehr Datenschutz und Datensparsamkeit bei internetbasierten Formen der Selbsthilfe angestoßen. In der „Berliner Erklärung“ sind verschiedene Leitprinzipien zum verantwortungsvollen Umgang mit personenbezogenen Daten von Nutzern benannt, auf die Anbieter von internetbasierten Selbsthilfeforen achten sollten. ●

Berliner Erklärung im Wortlaut findest du hier:



Ein Beispiel findest du unter diesem Link/Verweis:
www.nakos.de/themen/internet/datenschutz/berliner-erklarung/



Weitere Hinweise findest du auf unserem Internetauftritt.

Anschrift Copyright Homepage
Impressum
 Internet Urheber
 Transparenz Redaktion
 Daten Disclaimer Recht

6. Nutzung und Haftung

Was ist bei der Nutzung von Daten zu beachten? Welche Haftungsrisiken bestehen?

6.1 Urheberrecht, Nutzungs- und Widerrufsrecht

Urheberrecht

Das Gesetz gesteht dem Schöpfer eines persönlichen Werkes ein unveräußerliches, nicht übertragbares Urheberrecht zu. Ein solches persönliches Werk kann ein Roman, ein Zeitungsartikel, ein Logo, ein Foto, ein Theaterstück, ein Bild, ein Musikstück, eine Software, eine Erfindung sein. Der Urheber – also zum Beispiel ein Autor, ein Fotograf, ein Künstler, ein Programmierer, ein Grafiker – hat allein das Recht, über die Verwertung seines Werkes zu entscheiden.

Nur der Urheber hat die **Verwertungsrechte** für sein persönliches Werk und kann diese selber wahrnehmen oder als **Nutzungsrechte** an andere Personen übertragen. Diese werden Verwerter genannt.

Nutzungsrecht

Ein Urheber kann einer anderen Person das Recht einräumen, sein geistiges Werk zu nutzen. Oft wird in diesem Fall von „Lizenzen“ gesprochen. Allerdings ist dieser Begriff juristisch nicht eindeutig definiert, Juristen sprechen eher von einer „Nutzungsrechtseinräumung“.

Die Nutzungsrechte werden unterteilt in einfache und ausschließliche Nutzungsrechte. Das einfache Nutzungsrecht bedeutet, dass der Verwerter berechtigt ist, die Werke auf die zuvor vertraglich vereinbarte Art zu nutzen. Dasselbe Recht kann der Urheber auch einem anderen Verwerter einräumen. Möchte ein Verwerter als einziger ein Werk nutzen, muss er versuchen, vom Urheber ein ausschließliches Nutzungsrecht für eine bestimmte Zeit, für einen bestimmten Zweck oder für eine bestimmte Region zu erhalten. Bekommt er dies, kann nicht mal der Urheber selbst das Werk in dieser Zeit, zu diesem Zweck oder in dieser Region nutzen.

Fazit: IMMER, wenn Fotos, Texte, Software oder Videos genutzt werden sollen, muss geklärt werden, ob und unter welchen Bedingungen dies erlaubt ist. Das Einverständnis für eine Nutzung vom Rechteinhaber sollte immer vorliegen! Wenn du nicht weißt, woher ein Foto oder ein Text stammt, verwende es bzw. ihn nicht.

Prüf zuerst, ob Angaben zur Nutzung in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (kurz auch AGB) oder in ausdrücklichen Nutzungsbedingungen dokumentiert sind. Liegen keine klaren Aussagen zur Nutzung vor oder möchtest du etwas anderes, muss die Nutzung mit dem Rechteinhaber individuell und schriftlich vereinbart werden.

Nicht vergessen: Der Rechteinhaber muss in der Regel bei der Verwendung seines Werkes namentlich genannt werden. Wie das zu geschehen hat, ist entweder ebenfalls in den Nutzungsangaben festgelegt oder es muss mit dem Rechteinhaber abgestimmt werden, am besten schriftlich, zum Beispiel per Mail.



Ein Beispiel findest du unter diesem Link/Verweis:
<http://www.smv.bayern.de/rechte-und-finanzen/gesetz-verordnungen-etc/>

Widerrufsrecht

Der Widerruf bezeichnet ein sogenanntes Gestaltungsrecht des Verbrauchers. Nach einem Widerruf sind der Verbraucher und der Unternehmer nicht mehr an ihre, auf den Abschluss eines Verbrauchervertrags gerichtete Willenserklärungen gebunden. Es gilt auch beim Kauf digitaler Inhalte wie Software-Downloads ein 14-tägiges Widerrufsrecht.

6.2 Impressumspflicht und Haftungsausschluss (Disclaimer)

Wer eine Webseite ins Internet stellt, der muss auch für ein Impressum sorgen. Denn der Nutzer einer Internetseite soll wissen, mit wem er es zu tun hat. Im Telemediengesetz (TMG) ist geregelt, welche Informationen ein Impressum enthalten muss.

Relevant für die Selbsthilfe sind:

1. Name und Anschrift, unter der der Internetseiten-Anbieter gemeldet ist,
2. Kontaktdaten, die eine schnelle Kontaktaufnahme ermöglichen, einschließlich einer E-Mail-Adresse,
3. das Handels-, Vereins-, Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister, in das der Internetseitenanbieter eingetragen ist sowie die entsprechende Registernummer.

Wo muss das Impressum platziert sein?

Laut §5 des Telemediengesetzes muss es „leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar“ sein. Die Pflichtangaben sollten daher auf einer gesonderten und leicht zu findenden Seite im Internetauftritt platziert werden. Ausreichend ist es nach der Rechtsprechung, wenn der Leser durch Anklicken von zwei aufeinanderfolgenden *Links* auf die Seite mit dem Impressum geführt wird (sogenannte „2-Klick-Regelung“, BGH-Urteil vom 20.07.2006 – I ZR 228/03).

Welche Rechtsfolgen drohen bei Verstößen gegen Informationspflichten?

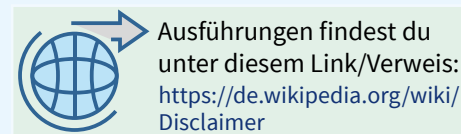
Verstöße gegen die genannten Informationspflichten stellen – unabhängig davon, ob sie absichtlich oder fahrlässig begangen werden – Ordnungswidrigkeiten dar, die zu beträchtlichen Bußgeldern führen können. Es gibt Anwälte, die sich auf das Aufspüren solche Fälle spezialisiert haben.

Haftungsausschluss (Disclaimer)

Der Haftungsausschluss ist eine Klausel im Vertragsrecht. Die Klausel regelt, unter welchen Bedingungen man sich aus einer Haftung für eine Verletzung zum Beispiel der Sorgfaltspflicht oder anderer Pflichten befreien kann.

Im Internetrecht wird der Begriff *Disclaimer* für einen solchen Haftungsausschluss verwendet. Ein Disclaimer wird in E-Mails und für Internetauftritte verwendet, um sich aus der Haftung zu ziehen. Zum Beispiel für den Fall, dass eine E-Mail mit vertraulichen Inhalten... »»»

... den falschen Empfänger erreicht oder dass ein, auf der eigenen Internetseite gesetzter Link zu rechtlich umstrittenen Inhalten auf einer anderen Internetseite führt. Die meisten Juristen halten einen solchen Disclaimer jedoch für rechtlich nicht haltbar.



Ausführungen findest du unter diesem Link/Verweis: <https://de.wikipedia.org/wiki/Disclaimer>

6.3 Datenschutzerklärung

In einem Internetauftritt sollte neben einer Seite für das Impressum auch eine eigene Seite für eine Datenschutzerklärung reserviert werden. Laut Telemediengesetz sind die Leser in verständlicher Sprache darüber zu informieren, wie mit ihren personenbezogenen Daten umgegangen wird. Frag am besten bei deinem Landesverband nach, wie eine solche Seite zu gestalten ist. Aufgepasst: Im Mai 2018 tritt die neue Datenschutz Grundverordnung (DSGVO) in Kraft, die auch nochmal zu rechtlichen Änderungen im Bereich Datenschutz führt.

6.4 Verlinkung auf externe Seiten

Grundsätzlich ist es von Vorteil, mit befreundeten Organisationen und Kooperationspartnern verlinkt zu sein. Damit steigert du den Bekanntheitsgrad deiner Seite, auch weil Suchmaschinen sie besser platzieren. Beachte aber folgende Hinweise, um rechtlich möglichst auf der sicheren Seite zu sein und um sich deutlich von anderen Inhalten zu distanzieren:

- Kläre vorab, ob der Betreiber deines Linkziels mit einer Verlinkung einverstanden ist. Das ist zwar rechtlich nicht erforderlich, hilft aber bei der Vernetzung und vor eventuellen Auseinandersetzungen.
- Prüfe genau die Inhalte der Seite, auf die du verlinken willst. Findest du dort ungünstige Werbung, problematische oder gar rechtswidrige Inhalte, dann verzichte auf eine Verlinkung.
- Kennzeichne externe Links deutlich als solche.

- Die Verlinkung muss immer mit der Öffnung eines neuen *Browser*-Fensters verbunden sein.
- Verlinke möglichst immer nur auf die Startseiten anderer Internetseiten (und nicht auf die Unterebenen).
- Kennzeichne Links mit dem Datum der Verlinkung.
- Überprüfe regelmäßig deine Linkziele: Oft ändern sich Internetseiten oder Inhalte fallen ganz weg.

6.5 Werbung

Kostenlose Angebote zur Erstellung eines eigenen Internetauftritts sind häufig mit obligatorischen Werbeeinblendungen in Form von Bannern oder *Pop-Up*-Fenstern verbunden. Verzichte lieber darauf und wähle werbefreie Angebote, weil du die Werbung nicht kontrollieren kannst. Die andere Möglichkeit ist, wie schon im Kapitel Internet beschrieben: Frage deinen Selbsthilfefverband oder die EmK, ob sie dir helfen können, eine eigene Internetseite zu erstellen.

Dasselbe gilt, wenn du überlegst, eine Kooperation mit einem Unternehmen einzugehen, um zusätzliche Einkommensquellen für deinen Verband oder Verein zu erschließen. Nutze auch in diesen Fällen die Ansprechpartner in den Verbänden der Sucht-Selbsthilfe und der EmK, denn eine solche Kooperation sollte sorgfältig bedacht und geprüft werden. ●



Hinweise findest du unter diesem Link/Verweis: www.selbsthilfe-bestimmt-selbst.de/tipps/

Glossar

Was bedeutet ...?

Account (englisch für „Konto“)

Bei einem *Account* handelt es sich um ein Benutzer- oder Nutzerkonto und damit um die Zugangsberechtigung zu einem IT-System (informationstechnischen System), das nicht frei zugänglich ist. Möchtest du den Account nutzen, musst du dich mit deinem Benutzernamen und deinem Kennwort einloggen (anmelden).

Administrator

Aufgabe eines *Administrators* ist die Verwaltung eines Computers oder Computernetzwerkes. Dazu gehört die Installation von Betriebssystemen oder anderen Anwendungsprogrammen. Er kann auch neuen Nutzern die Rechte für deren Nutzung von Systemen und Programmen erteilen.

Anti Spyware

Bei *Anti Spyware* handelt es sich um Programme, die den Computer gegen Ausspähung schützen (siehe auch *Spyware*).

@ Symbol (Ersatzweise auch (at), englisch für „bei“)

Das Symbol @ ist in jeder E-Mail-Adresse vorhanden. Es trennt den Benutzernamen (z. B. GVS) von der Internetadresse (z. B. sucht.org). Die E-Mail-Adresse lautet: GVS@sucht.org.

Blog

Bei einem *Blog* handelt es sich um eine Art öffentliches Tagebuch oder Journal im Internet. Darin schreibt der *Blogger* (Autor) über ein bestimmtes Thema wie zum Beispiel Reiseeindrücke und *postet* (veröffentlicht) diese (siehe auch *Post /posten*). Oftmals äußern sich auch Leserinnen und Leser dazu.

Browser oder Webbrowser (to browse (englisch) steht für „schmökern“ oder „blättern“)

Ein *Browser* ist ein spezielles Programm, mit dem man nach Dokumenten oder Internetauftritten suchen kann. Bekannte *Webbrowser* sind beispielsweise Firefox, Internet-Explorer oder Safari.

Chat

Das Wort *Chat* wird synonym gebraucht für „unterhalten“ oder „plaudern“ und bezeichnet die elektronische Kommunikation in Echtzeit.

Chatiquette

Unter *Chatiquette* versteht man spezielle Verhaltensregeln und Umgangsformen, an die sich Teilnehmende eines *Chats* halten sollten. Ziel der *Chatiquette* ist die Vermeidung von Missverständnissen und Streitigkeiten. Solche können sehr leicht entstehen, weil sich die Teilnehmenden im *Chat* nicht sehen können.

Claim (englisch für „Anspruch“)

Der Begriff *Claim* wird in der Werbung eingesetzt und bezeichnet ähnlich wie das Wort „Slogan“ einen Werbespruch, der auch Teil des Markennamens eines Unternehmens sein kann. Das Ziel des *Claims* ist die Positionierung des Unternehmens – oder in unserem Fall – die Positionierung oder Verbreitung des Angebots „Selbsthilfe sicher im Netz“.

Cloud oder Cloud-Computing (cloud, englisch für „Wolke“)

In der digitalen Welt kann man *Cloud* mit „Rechnerwolke“ übersetzen. In dieser Rechnerwolke wird Speicherplatz, Anwendungssoftware oder Rechenleistung im Internet bereitgestellt, die im Rahmen einer Dienstleistung von jedem Ort aus genutzt werden.

Compliance (englisch für „Beachtung“)

Im Rahmen einer (zumeist medizinischen oder psychologischen) Behandlung (wie z. B. einer Suchttherapie) steht *Compliance* für die Kooperation von Patienten mit den Behandelnden und deren Ratschlägen und Maßnahmen.

Corporate Design

Das *Corporate Design* beinhaltet das gesamte, einheitliche Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation.

Disclaimer

Das Wort *Disclaimer* entspricht in der Bedeutung einem „Haftungsausschluss“. In einem E-Mail-Disclaimer wird der Leser der E-Mail beispielsweise darauf hingewiesen, dass der Inhalt vertraulich und nicht an Dritte weiterzuleiten ist, sollte der Empfänger die E-Mail irrtümlich erhalten haben. In einem Disclaimer für einen Internetauftritt erklärt der Betreiber der Seite, keine Verantwortung für externe *Links* zu übernehmen.

Domain

Domain ist die Bezeichnung für eine Internetadresse (z. B. sucht.org). Wer einen eigenen Internetauftritt haben möchte, muss sich zuerst eine Domain reservieren. Der Domainname ist wiederum Bestandteil der *URL* eines Internetauftritts (siehe *URL*).

Download (englisch für „herunterladen“)

Mit *Download* bezeichnet man das Herunterladen und Speichern von Daten aus dem Internet. Du kannst beispielsweise eine Software oder eine Datei auf deinen Computer, das Tablet oder Smartphone *downloaden* (deutsch: herunterladen). »»»

Dropbox

Dropbox ist ein aus den USA stammender Internetdienst, der Daten an einem zentralen Ort speichert und den Datenaustausch zwischen verschiedenen Nutzern ermöglicht. Ein Datenaustausch kann zwischen zwei Personen, aber auch einer ganzen Gruppe von Nutzern stattfinden.

Facebook-Messenger

Facebook Messenger ist eine App, die es den Facebook-Nutzern erlaubt, mit ihren Freunden und Handy-Kontakten zu chatten. Der *Messenger* kann sowohl auf dem Smartphone als auch am PC genutzt werden. Mit dem *Facebook-Messenger* kannst du unter anderem Bilder austauschen und mit mehreren Leuten gleichzeitig chatten.

Fake (englisch für „Fälschung“)

Fake ist der gängige Begriff für die Vortäuschung falscher Tatsachen, Imitate, Fälschungen oder Schwindel. Mit *Fake-News* werden Falsch- und Fehlinformationen bezeichnet, die häufig über elektronische Kanäle (vor allem soziale Medien) verbreitet werden.

Fanpage

Fanpage (auch Fansite) wird ein Internetauftritt genannt, auf der du beispielsweise Informationen über eine Person des öffentlichen Lebens oder ein bestimmtes Hobby findest.

Feedback

Feedback heißt so viel wie Rückmeldung und wird in der Kommunikation als eine Form der Kritik verwendet. Der Empfänger einer Nachricht kann dem Absender durch ein *Feedback* zurückmelden, was er wahrgenommen bzw. verstanden hat und ermöglicht so dem Absender, beispielsweise mit einer Korrektur auf die Rückmeldung zu reagieren.

Firewall

Den Begriff *Firewall* könnte man übersetzen mit „Brandschutzwand“. Es steht für ein vorinstalliertes Software-Programm, das einen Computer vor Angriffen aus dem Internet schützt.

Follower (englisch für „Anhänger“)

Follower ist die Bezeichnung für die Abonnenten eines Nutzers in einem sozialen Netzwerk.

Freeware

Freeware ist eine Software, die man kostenlos nutzen darf. Entweder lädt man diese aus dem Internet herunter oder man bekommt sie auf einem Datenträger wie DVD oder USB-Stick.

GIF

GIF steht für „Graphics Interchange Format“ und ist ein Dateiformat für Bilder und Grafiken. Dieses Dateiformat lässt sich sehr gut komprimieren. Dadurch ermöglicht es einen verlustfreien und speichersparenden Austausch der Bilder und Grafiken über das Internet.

Google Analytics

Google Analytics ist ein Statistik-Programm. Es ist das mit Abstand am weitesten verbreitete Werkzeug für die Analyse der Nutzung einer Internetauftritts. Damit werden sämtliche Zugriffe auf einen Internetauftritt untersucht und registriert.

Hashtag

Der Begriff *Hashtag* setzt sich zusammen aus dem englischen Wort „hash“ für das Schriftzeichen für Doppelkreuz [„#“] und dem englischen Wort „tag“ für Markierung. Ein *Hashtag* ist ein Schlagwort, das dazu dient, Nachrichten mit bestimmten Inhalten oder zu bestimmten Themen in sozialen Netzwerken auffindbar zu machen.

Hype

Hype ist eine Form der Werbung oder einer Nachricht, die sehr ungewöhnlich, aggressiv oder spektakulär ist und die eine besondere Begeisterung für das Produkt bzw. die Information hervorrufen soll.

Image (englisch für „Bild“)

Das Wort hat zwei Bedeutungen: In der Öffentlichkeitsarbeit und im Marketing steht es für den Ruf eines Unternehmens oder einer Person. Im Computerbereich geht es bei diesem Begriff um Datensicherung. Ein *Image* meint hier ein exaktes Abbild von Daten. Das kann eine komplette Festplatte sein oder nur eine einzelne Datei.

Implementieren

Implementieren bedeutet z. B. eine Software in ein bestehendes Computersystem einzusetzen oder einzubauen, um auf diese Weise ein funktionsfähiges Programm zu erstellen.

IP-Adresse

IP steht für "Internet Protocol" und ist ein sogenannter Netzwerkstandard, der vorgibt, in welcher Form Informationen im Internet ausgetauscht werden. Die *IP-Adresse* ist vergleichbar mit einer Postadresse oder Telefonnummer. Jedes Gerät innerhalb eines Datennetzwerks – sowohl im Internet wie in einem kleinen Heimnetzwerk – benötigt eine *IP-Adresse*. Die *IP-Adresse* sorgt dafür, dass im Netz verschickte Daten auch da ankommen, wo sie hin sollen. Jede *IP-Adresse* kann nur einmal vergeben werden und ist nicht ortsgebunden.

Internetforum

Ein *Internetforum* ist eine Plattform, auf der Gedanken, Meinungen und Erfahrungen ausgetauscht werden.

Like (liken, geliked; to like, englisch, für „mögen“)

Ein Begriff aus der Facebook-Welt. Mit diesem Begriff kann die Zustimmung zu einer Aussage ausgedrückt werden.

Link (englisch für „Verknüpfung“ oder „Verweis“)

Ein *Link* beschreibt einen Verweis auf eine andere Seite oder Information im Internet. Er ist oft als farblich abgesetzter oder unterstrichener Text zu erkennen. Er kann aktiviert werden, indem man mit dem Zeiger der Maus auf diesen Text zeigt und klickt.

Login (Benutzeranmeldung) und Logout (Benutzerabmeldung)

Login bedeutet die Anmeldung in einem Computersystem oder in einem Onlinedienst. In der Regel erfolgt die Anmeldung mit Benutzernamen und einem Passwort. *Logout* ist die Abmeldung des Benutzers.

Cyber-/Internet-Mobbing, Cyber-Bullying, Cyber-Stalking

Mobbing, *Bullying* und *Stalking* sind Begriffe, die verschiedene Formen der Verleumdung, Belästigung, Bedrängung und Nötigung anderer Menschen (oder Firmen und Organisationen) über die verschiedenen Kommunikationsmittel des Internets bezeichnen.

Nettiquette

Die *Nettiquette* enthält Regeln für korrektes Verhalten in der Internetkommunikation.

Non-Profit-Organisation

Eine *Non-Profit-Organisation* verfolgt keine wirtschaftlichen Gewinnziele.

Opt-out

Beim *Opt-out-Verfahren* kann sich ein E-Mail-Empfänger aus einem Verteiler entfernen lassen, wenn er keine weiteren Zusendungen mehr wünscht (z. B. bei Werbung).

Opt-in und Double-Opt-in

Opt-in beschreibt die Zustimmung zum regelmäßigen Erhalt von E-Mails (häufig Werbung) und damit zur Aufnahme in einen Verteiler. Beim *Double-Opt-in* muss man in einem zweiten Schritt bestätigen, dass man in einen Abonnentenverteiler aufgenommen werden will. Dazu bekommt man eine E-Mail, die man bestätigen muss, anderenfalls ist man nicht registriert.

PDF

PDF steht für "Portable Document Format". *PDF-Dateien* werden auf allen Betriebssystemen gleich dargestellt und sind auf Rechnern, Handys und Tablets anzeigbar. Das ist ihr großer Vorteil. Für die Erstellung ist ein spezielles Programm erforderlich.

Pop-Up (englisch für „plötzlich auftauchen“)

Ein *Pop-Up* bezeichnet ein zusätzliches aufspringendes Fenster im *Browser*, das über dem eigentlichen Browserrahmen oder einer Benutzeroberfläche erscheint. Die häufigste Nutzungsform für *Pop-Ups* ist Werbung.

Post und posten

Ein *Post* bezeichnet den einzelnen Beitrag in einem *Blog*, einem Forum oder einem sozialen Netzwerk. Unter *posten* wird das Versenden eines einzelnen Beitrags verstanden.

Profilseite

Auf deiner *Profilseite* kannst du dich anderen Nutzern deines sozialen Netzwerks mit persönlichen Angaben, meist auch mit einem Foto, vorstellen.

Ranking (englisch für „Rang“ oder „Reihenfolge“)

Das *Ranking* sagt aus, an wievielter Stelle dein Internetauftritt in Suchmaschinen erscheint.

Shareware

Shareware ist eine Software, die vom Anbieter für eine bestimmte Probezeit (oft 30 Tage) als Testversion genutzt werden kann. Nach der Testphase kann die *Shareware* nur noch mit eingeschränkten Funktionen oder überhaupt nicht mehr genutzt werden.

Spam

Als *Spam* werden unverlangt zugestellte E-Mails, zum Beispiel mit Werbung, bezeichnet. Oft werden auch Viren auf diesem Weg verbreitet.

Spyware

Bei *Spyware* („Spähprogramm“ oder „Schnüffelsoftware“) handelt es sich um Computerprogramme, die dazu dienen, deinen Computer und damit dich und deine Daten auszuspionieren. Ohne dass du es mitbekommst, sammeln Firmen so Informationen über deine Vorlieben, dein Surfverhalten und andere persönliche Daten, um dir gezielt Werbung und Produkte anbieten zu können. Solche Daten werden auch gern weiterverkauft.

Spendentool

Ein *Spendentool* ist ein Programm, das es dir auf einfache und transparente Weise ermöglicht, für deinen Verein oder deinen Verband online Geld zu sammeln.

Surfen

Das aufeinanderfolgende Betrachten von mehreren Internetangeboten im Internet wird als *Surfen* bezeichnet. Das kann durch wahlloses Aufrufen verschiedener Seiten geschehen (der Inhalt der Seite spielt dabei keine Rolle) oder durch Springen von einem Internetauftritt zum anderen.

Tags

Zum Auffinden von Daten und Inhalten im Internet (wie Seiten und Beiträgen) werden Schlag- oder Stichwörter, die sogenannten *Tags*, als zusätzliche Beschreibungen und Informationen genutzt.

Teilen

Eine Funktion in sozialen Netzwerken, die so viel bedeutet wie "Weitersagen". Auf diese Weise werden Texte weiterverbreitet.



Thread und Topic

(englisch für „Faden“ und für „Thema“)

Alle zusammenhängenden, aufeinander antwortenden Beiträge in einem Internet-Forum werden als *Thread* (Faden) oder *Topic* (Thema) bezeichnet.

Timeline (englisch für „Zeitleiste“)

Darstellung von Beiträgen in chronologischer Reihenfolge. Beispiel: Beiträge von Nutzern auf Twitter werden in einer *Timeline* angezeigt.

Tweet und Retweet

Tweet ist die Bezeichnung von Meldungen auf Twitter. Ein *Retweet* ist die Weiterverbreitung eines Tweets.

URL

URL steht für "Uniform Resource Locator". Die URL bezeichnet den genauen Pfad auf eine Internetseite. Durch die Eingabe der URL weiß der Browser, welche Seite er suchen und öffnen soll.

Verpixelt

Digitale Bilder bestehen aus einer Anzahl von *Pixeln*, den sogenannten „Bildpunkten“. *Verpixelte* Bilder werden aufgrund einer zu geringen Auflösung (meist einer zu geringeren Anzahl von *Pixeln*) bei Vergrößerung unscharf.

Virale Kommunikation

Der Begriff *Virale Kommunikation* umschreibt die schnelle Verbreitung von Informationen und Nachrichten in menschlichen Gemeinschaften und wirkt ähnlich wie ein Grippevirus. ●

Quellenverzeichnis

Kapitel 2

www.svz.de und www.business-wissen.de

Kapitel 3

www.medienrecht-urheberrecht.de; Gabler Wirtschaftslexikon

Kapitel 4

Wikipedia, Internet für NGOs (Hrsg. Wigwam, betterplace lab), Social Media Relations in der Öffentlichkeitsarbeit von Non-Profit-Organisationen (Bachelorarbeit von Pascal Funk), Statista

Kapitel 5

BSI Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik, Die Landesbeauftragten für den Datenschutz in Niedersachsen und Hessen, eRecht24, Wikipedia, NAKOS, Selbsthilfe Interaktiv

Kapitel 6

Wikipedia, www.gesetze-im-internet.de; www.urheberrecht.de; www.bmjbv.de – Leitfaden zur Impressumspflicht; www.e-recht24.de

Linksammlung

Stand: Dezember 2017

Selbsthilfe im Internet

NAKOS – Nationale Kontakt- und Informationsstelle zur Anregung und Unterstützung von Selbsthilfegruppen
www.nakos.de/themen/internet

Gut gewappnet im Netz

Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz (BMJV)
www.bmjbv.de/SiteGlobals/Forms/Suche/Verbraucherschutz/DigitalestTelekommunikation_Formular.html

IT-Sicherheit

Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI)
www.bsi-fuer-buerger.de

Datenschutz

Die Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI)
www.bfdi.bund.de

„Das Virtuelle Datenschutzbüro“ – Portal für Datenschutzfragen der Bürger

Ein Informationsangebot der öffentlichen Datenschutzinstanzen
www.datenschutz.de

„Datenschutz für alle!“ – Grundkenntnisse des Datenschutzes

Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM)
www.bitkom-datenschutz.de

Urheberrecht und kreatives Schaffen in der digitalen Welt

iRights.info
www.iRights.info

Einfach für Alle – Initiative der Aktion Mensch für ein barrierefreies Internet

Aktion Mensch e.V.
www.einfach-fuer-alle.de





SELBSTHILFE SICHER IM NETZ

www.selbsthilfe-sicher-im-netz.de

