

Social Media in Öffentlichen und Wissenschaftlichen Bibliotheken

DBV-Fortbildung, 07.11.2018

**Thüringer Universitäts- und Landesbibliothek Jena
Thomas Witzgall**

1. Begrüßung / Einführung
2. Vorstellungsrunde
3. Best-practice-Beispiele in Bibliotheken
4. Zwischenfazit

Mittagspause

5. Juristische Fragen rund um Social Media
6. Social Media in der Wissenschaft
7. Strategien für Bibliotheken

Achtung: Social Media ist gefährlich!



*„In den letzten beiden Jahren wurden vermehrt auch deutsche Staatsangehörige willkürlich inhaftiert. Festnahmen und Strafverfolgungen deutscher Staatsangehöriger erfolgten mehrfach in Zusammenhang mit regierungskritischen Stellungnahmen in den sozialen Medien. **Dabei können auch solche Äußerungen, die nach deutschem Rechtsverständnis von der Meinungsfreiheit gedeckt sind, Anlass zu einem Strafverfahren in der Türkei geben. Ausreichend ist im Einzelfall das Teilen oder „Liken“ eines fremden Beitrags entsprechenden Inhalts. Es muss davon ausgegangen werden, dass auch nichtöffentliche Kommentare in sozialen Medien etwa durch anonyme Denunziation an die türkischen Strafverfolgungsbehörden weitergeleitet werden. Im Falle einer Verurteilung wegen „Präsidentenbeleidigung,, oder „Propaganda für eine terroristische“ Organisation“ riskieren Betroffene ggf. eine mehrjährige Haftstrafe.**“* (geändert am 23.10. https://www.auswaertiges-amt.de/de/tuerkeisicherheit/201962#content_0)

1. Ich arbeite in als
2. Von dieser Veranstaltung erwarte ich...

1. Schutz der Persönlichkeit
2. Urheberrecht
3. Impressum
4. Datenschutz
5. Arbeitsrecht
6. ...

1. Schutz der Persönlichkeit

- Ehre
- Allgemeines Persönlichkeitsrecht
- Wirtschaftlicher Ruf
- Recht am eigenen Wort
- Recht am eigenen Bild (§§ 22 ff. KUG)
- Postmortales Persönlichkeitsrecht

- Zulässigkeit von Äußerungen lässt sich nicht pauschal bewerten, es kommt auf den Einzelfall an.
- **Wahre** Tatsachenbehauptungen sind **erlaubt**, **unwahre** Tatsachenbehauptungen dagegen **unzulässig**.
Meinungsäußerungen (Werturteile) sind erlaubt, solange es um die Sache und nicht um eine Schmähkritik oder um eine persönliche Herabsetzung geht.
 - Tatsachenbehauptung lässt sich beweisen („Heute ist es in Jena kalt“)
 - Meinungsäußerungen sind subjektiv und können nicht überprüft werden („Mir ist heute aber kalt“)
 - Im Zweifel kommt es auf den Kern der Aussage an („X ist ein Dieb“)

- Bleiben Sie bei eigenen Äußerungen sachlich
- Akzeptieren Sie einen zugespitzten und rauen Umgangston
- Bei groben Entgleisungen dürfen und sollten Sie sich schon wehren
- Nutzen Sie ggf. die Meldemöglichkeiten der Anbieter

Exkurs NetzDG

- „Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz - NetzDG)“
- Ziel ist, strafbare Inhalte aus sozialen Netzwerken zu entfernen
- gilt für Betreiber sozialer Netzwerke, die im Inland mehr als zwei Millionen registrierte Nutzer haben, aber nicht für E-Mail- und Messenger-Dienste
- Ebenfalls ausgenommen sind Berufliche Netzwerke, Fachportale, Online-Spiele und Verkaufsplattformen
- einschlägige rechtswidrigen Inhalte sind: Gefährdung des demokratischen Rechtsstaates, die landesverräterische Fälschung, Straftaten gegen die öffentliche Ordnung wie die Bildung krimineller Vereinigungen, die Beschimpfung von Bekenntnissen, Religionsgesellschaften und Weltanschauungsvereinigungen, bestimmte Straftaten gegen die sexuelle Selbstbestimmung wie die Verbreitung kinderpornographischer Schriften, Beleidigung, üble Nachrede , Verleumdung, die Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen, Bedrohung sowie die Fälschung beweiserheblicher Daten
- Betreiber muß Meldungen nachgehen, aktiv löschen, ist berichtspflichtig und kann ggf. Bußgelder bis 50 Mio. € auferlegt bekommen.
- Maschinelle Überprüfung genügt nicht, deshalb sind inzwischen über 1000 Content-Moderatoren tätig, die Einträge kontrollieren und gegebenenfalls löschen
- Folge des Gesetzes sind u.a. verschärfte „Hausregeln“ der Betreiber, diese passen aber nicht immer auf die deutsche Rechtslage

Recht am eigenen Bild (§ 22 KUG)

„Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden. Die Einwilligung gilt im Zweifel als erteilt, wenn der Abgebildete dafür, daß er sich abbilden ließ, eine Entlohnung erhielt. Nach dem Tode des Abgebildeten bedarf es bis zum Ablaufe von 10 Jahren der Einwilligung der Angehörigen des Abgebildeten. Angehörige im Sinne dieses Gesetzes sind der überlebende Ehegatte oder Lebenspartner und die Kinder des Abgebildeten und, wenn weder ein Ehegatte oder Lebenspartner noch Kinder vorhanden sind, die Eltern des Abgebildeten.“

Im Idealfall verwenden Sie Fotos von Menschen also nur mit (schriftlicher) Einwilligung.

Ausnahmen des § 23 KUG

- Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte
 - alle Erscheinungen im Leben der Gegenwart, die von der Öffentlichkeit beachtet werden, Aufmerksamkeit finden und Gegenstand der Teilnahme oder Wissbegier weiter Kreise sind. Zeitgeschichte umfasst sowohl tagesaktuelles als auch historisches Geschehen, und zwar auf überregionaler wie auch auf lokaler Ebene
 - Abwägung zwischen den Persönlichkeitsrechten des Abgebildeten und den Rechten von Presse und Rundfunk (EMRK: „Diskussion von allgemeinem Interesse“)
 - Rückzugsbereiche
- Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen
 - Thema der Abbildung ist Landschaft/Örtlichkeit und Person ist nicht aus der Anonymität herausgelöst

Ausnahmen des § 23 KUG

- Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben
 - Versammlung wird als Vorgang gezeigt und nicht nur – einzelne oder mehrere – Individuen
 - Die Versammlung muss nicht insgesamt gezeigt werden, privilegiert ist vielmehr bereits ein repräsentativer Ausschnitt
- Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.
 - Kunst muss im Mittelpunkt des Handelns stehen.
 - Bei alleiniger oder zumindest überwiegender Verfolgung wirtschaftlicher, unterhaltender, oder sonstiger nicht-künstlerischer Zwecke greift die Ausnahme nicht

Zwischenergebnis

- Einwilligung vor Ausnahme
- Prominente sind inzwischen regelmäßig anwaltlich vertreten und sind im Zweifelsfall tabu
- Viele Sachverhalte lassen sich auch ohne identifizierbare Personenabbildung illustrieren
- Nutzen Sie Stockfotoanbieter oder die bibliothekarischen Fachverbände

2. Urheberrecht

§ 1 UrhG

„Die Urheber von Werken der Literatur, Wissenschaft und Kunst genießen für ihre Werke Schutz nach Maßgabe dieses Gesetzes.“

§ 11 UrhG

„Das Urheberrecht schützt den Urheber in seinen geistigen und persönlichen Beziehungen zum Werk und in der Nutzung des Werkes. Es dient zugleich der Sicherung einer angemessenen Vergütung für die Nutzung des Werkes.“

§ 2 Geschützte Werke

„(1) Zu den geschützten Werken der Literatur, Wissenschaft und Kunst gehören insbesondere:

1. *Sprachwerke*, wie Schriftwerke, Reden und Computerprogramme;
2. Werke der *Musik*
3. *pantomimische Werke einschließlich der Werke der Tanzkunst*
4. *Werke der bildenden Künste einschließlich der Werke der Baukunst und der angewandten Kunst und Entwürfe solcher Werke*
5. *Lichtbildwerke* einschließlich der Werke, die ähnlich wie Lichtbildwerke geschaffen werden
6. *Filmwerke* einschließlich der Werke, die ähnlich wie Filmwerke geschaffen werden
7. *Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art, wie Zeichnungen, Pläne, Karten, Skizzen, Tabellen und plastische Darstellungen*

(2) Werke im Sinne dieses Gesetzes sind nur *persönliche geistige Schöpfungen*.“

§ 31 Einräumung von Nutzungsrechten

„Der Urheber kann einem anderen das Recht einräumen, das Werk auf einzelne oder alle Nutzungsarten zu nutzen (Nutzungsrecht). Das Nutzungsrecht kann als einfaches oder ausschließliches Recht sowie räumlich, zeitlich oder inhaltlich beschränkt eingeräumt werden.“

z.B.

- *§ 16 Vervielfältigungsrecht*
- *§ 17 Verbreitungsrecht*
- *§ 19a Recht der öffentlichen Zugänglichmachung*

§ 51 UrhG – Zitate

*„Zulässig ist die Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Wiedergabe eines veröffentlichten Werkes zum Zweck des Zitats, sofern **die Nutzung in ihrem Umfang durch den besonderen Zweck gerechtfertigt** ist. Zulässig ist dies insbesondere, wenn*

*1. einzelne Werke nach der Veröffentlichung in ein selbständiges wissenschaftliches Werk **zur Erläuterung des Inhalts** aufgenommen werden,*

2. Stellen eines Werkes nach der Veröffentlichung in einem selbständigen Sprachwerk angeführt werden,

3. einzelne Stellen eines erschienenen Werkes der Musik in einem selbständigen Werk der Musik angeführt werden.

Von der Zitierbefugnis gemäß den Sätzen 1 und 2 umfasst ist die Nutzung einer Abbildung oder sonstigen Vervielfältigung des zitierten Werkes, auch wenn diese selbst durch ein Urheberrecht oder ein verwandtes Schutzrecht geschützt ist.“

Zwischenergebnis:

- Zitate erfordern immer eine Quellenangabe
- Vorsicht bei Bildzitat
- Achten Sie bei Verwendung von Bildern aus Stockarchiven auf die eingeräumten Rechte (cc0 ist sicher)
- Beachten Sie, dass Lizenzen (gerade auch cc-Lizenzen) ggf. eine Quellenangabe mit Namen (bzw. Pseudonym) und Link zur Lizenz voraussetzen
- Durch die Nutzung erfolgt ggf. eine Unterlizenzierung an den Plattformbetreiber

Nutzungsbedingungen Facebook

„Insbesondere wenn du Inhalte, die durch geistige Eigentumsrechte geschützt sind (wie Fotos oder Videos), auf oder in Verbindung mit unseren Produkten teilst, postest oder hochlädst, gewährst du uns eine **nicht-exklusive, übertragbare, unterlizenzierbare und weltweite Lizenz**, deine Inhalte (gemäß deinen [Privatsphäre-](#) und [App-](#) Einstellungen) zu hosten, zu **verwenden, zu verbreiten, zu modifizieren, auszuführen, zu kopieren, öffentlich vorzuführen oder anzuzeigen, zu übersetzen und abgeleitete Werke davon zu erstellen**. Diese Lizenz dient nur dem Zweck, dir unsere Produkte bereitzustellen. Das bedeutet beispielsweise, dass du uns, wenn du ein Foto auf Facebook teilst, die Berechtigung gibst, es zu speichern, zu kopieren und mit anderen zu teilen (wiederum im Einklang mit deinen Einstellungen); dies können u. a. Dienstleister sein, die unseren Dienst oder andere von dir genutzte Facebook-Produkte unterstützen.

Du kannst diese Lizenz jederzeit beenden, indem du deine Inhalte oder dein Konto löschst. Du solltest wissen, dass aus technischen Gründen von dir gelöschte Inhalte möglicherweise für einen begrenzten Zeitraum in Sicherheitskopien bestehen bleiben. (Sie sind dann jedoch nicht mehr für andere Nutzer/innen sichtbar). **Darüber hinaus erscheinen von dir gelöschte Inhalte möglicherweise weiterhin, wenn du diese mit anderen geteilt hast und diese Personen sie nicht gelöscht haben.“**

Exkurs Teilen/Speichern von Dokumenten

- Volltexte in sozialen Plattformen sind immer eine öffentliche Zugänglichmachung, Sie benötigen hierfür die Nutzungsrechte
- Plattformen wie Researchgate sind kritisch zu betrachten, weil die Regeln für eine Zweitveröffentlichung von den Autoren regelmäßig nicht beachtet werden; hier laufen entsprechende Gerichtsverfahren
- Hyperlinks sind rechtlich unproblematisch
- Verwenden Sie DOI und URN
- Nutzen Sie Angebote der Verlage

Exkurs Teilen von Dokumenten



Search  Home

Log in



Cite article

[How to cite?](#)

[RIS](#)
Papers
Reference Manager
RefWorks
Zotero

[ENW](#)
EndNote

[BIB](#)
BibTeX
JabRef
Mendeley

[Article](#)

[Abstract](#)

 Chinese Geographical Science
pp 1–15 | [Cite as](#)

Comparative Analysis of Fractional Vegetation Cover Estimation Based on Multi-sensor Data in a Semi-arid Sandy Area

Authors [Authors and affiliations](#)

Qiuyu Liu, Tinglong Zhang , Yizhe Li, Ying Li, Chongfeng Bu , Qingfeng Zhang

Article
First Online: 05 November 2018

Abstract

The estimation of fractional vegetation cover (FVC) is important for identifying and monitoring desertification, especially in arid and semiarid regions. By using regression and pixel dichotomy models, we present the comparison of Sentinel-2A (S2) multispectral instrument (MSI) and Landsat 8 (L8) operational land imager (OLI) data regarding the retrieval of FVC in a semi-arid sandy area (Mu Us Sandland, China, in August 2016). A combination of unmanned aerial

Shareable Link

Anyone you share the following link with will be able to read this content:

<https://rdcu.be/baTRX>

[Copy link to clipboard](#)

Provided by the Springer Nature [SharedIt](#) content-sharing initiative.

3. Impressum

- Die allgemeinen Informationspflichten aus § 5 TMG gelten auch in sozialen Medien; Anbieter haben rechtskonforme Angaben zu ermöglichen (OLG Düsseldorf I-20 U 145/12)
- Anbieter von Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten (z.B. Blogs) müssen zusätzlich § 55 RStV beachten und einen Verantwortlichen benennen

4. Datenschutz



Keine Angst, nur ganz wenig...

- Verarbeitung personenbezogener Daten ist überhaupt nur möglich, wenn es dafür entweder eine gesetzliche Grundlage gibt oder aber eine Einwilligung der Betroffenen vorliegt
 - Für die Datenverarbeitung in öffentlichen Bibliotheken kommt vor allem Art. 6 Abs.1 e) DSGVO in Betracht: „die Verarbeitung ist für die Wahrnehmung einer Aufgabe erforderlich, die im öffentlichen Interesse liegt oder in Ausübung öffentlicher Gewalt erfolgt, die dem Verantwortlichen übertragen wurde“.
- Grundsätzlich muss der Betroffene vor Erhebung der Daten und Erteilung der Einwilligung umfassend informiert werden.
- Umfangreiche Auskunftsrechte der betroffenen Person
- Recht auf Berichtigung
- Recht auf Löschung

Allgemeine Grundsätze

- „Rechtmäßigkeit, Verarbeitung nach Treu und Glauben, Transparenz“ (wird u.a. durch die Informations- und Auskunftspflichten konkretisiert, s.u.)
- „Zweckbindung“ (Datenerhebung und-verarbeitung nur für festgelegte, eindeutige und legitime Zwecke)
- „Datenminimierung“ (dem Zweck angemessen und erheblich sowie auf das für die Zwecke der Verarbeitung notwendige Maß beschränkt)
- „Richtigkeit“ (auf dem neuesten Stand)
- „Speicherbegrenzung“ (heißt: Anonymisierung so früh wie möglich;)
- „Integrität und Vertraulichkeit“ (Sicherheit durch technische und organisatorische Schutzmaßnahmen)
- „Rechenschaftspflicht“ (...gegenüber Datenschutzbeauftragten und Aufsichtsbehörden)

Auftragsverarbeitung Art. 28 DSGVO

- Auftragsverarbeitung ist privilegiert, d.h. der Auftragsverarbeiter ist nicht „Dritter“ im Sinne des Datenschutzrechts mit der Folge, dass keine gesonderte Rechtsgrundlage für die Übermittlung von Daten an ihn erforderlich ist
- Verantwortlichkeiten zwischen Verantwortlichen und Auftragsverarbeiter sind klar geregelt; er ist verantwortlich für die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorschriften, Adressat der Betroffenenrechte und ist weisungsbefugt gegenüber dem Auftragsverarbeiter
- Auftragsverarbeiter haftet nur bei Verstoß gegen die ihm durch die DSGVO auferlegten Pflichten oder bei Nichtbeachtung einer Weisung

Erhebung personenbezogener Daten durch Drittanbieter

- Auch durch einzelne Komponenten von verschiedenen Drittanbietern bzw. Einbettung derer Inhalte können personenbezogene Daten erhoben und übermittelt werden.
- Solche Komponenten können z.B. sein:
 - Videos (z.B. YouTube, Vimeo)
 - Share- und Like-Buttons von Social Media-Plattformen (z.B. Facebook, Twitter)
 - Karten-Dienste (z.B. Google Maps)
- Personenbezogene Daten können z.B. sein:
 - IP-Adresse
 - Browser-Cookies
 - ggf. Verknüpfung der Daten zum jeweiligen Benutzerkonto des Nutzers beim Drittanbieter-Dienst
 - z.B. Nutzer ist in einem anderen Browser-Tab bei Facebook angemeldet
- Datenschutzrechtlich muss nicht nur auf die Weitergabe der personenbezogenen Daten an Dritte hingewiesen werden, sondern dies darf auch nur mit Einwilligung erfolgen.
- Elemente von Drittanbietern dürfen daher nicht direkt eingebettet werden, sondern vor dem Aufruf der Seite, auf der die personenbezogenen Daten erfasst und übermittelt werden muss die Abfrage zur Einwilligung erfolgen.
- Lösungen z.B. im Bereich Social Media Plugins sind:
 - die Zwei-Klick-Lösung
 - Shariff
 - Embetty
- Ist das nicht realisierbar, dann sind die anzubietenden Daten lokal zu speichern und vom eigenen Server auszuliefern.

Facebook-Fanpage

- Unternehmen und Organisationen können bei Facebook eine Fanpage betreiben
- Einrichtung eines Administrators
- Jedes Statusupdate taucht in der Timeline der Fans auf, die die Fanseite zu ihrer Interessensliste hinzugefügt haben.
- Fotos und Videos können gepostet, Links geteilt oder Fragen an die Fans gerichtet werden.
- Statistikfunktionen

URTEIL DES GERICHTSHOFS C-210/16

- **Facebook und die Fanpage-Betreiber sind datenschutzrechtlich „gemeinsam verantwortlich“**
 - gemeinsame Verantwortlichkeit i.S.d. Art. 26 DSGVO bedeutet, dass die Verpflichtung zu datenschutzkonformem Verhalten beide trifft – sowohl Facebook als auch den Fanpage-Betreiber.
 - Es liegt gerade keine Auftragsdatenspeicherung vor
 - es muss klar geregelt werden, wer für die Datenschutzinformationen und für die Beantwortung von Auskunfts- und Löschungsersuchen zuständig ist.

- Wer eine Fanpage besucht, muss transparent und in verständlicher Form darüber informiert werden, welche Daten zu welchen Zwecken durch Facebook und die Fanpage-Betreiber verarbeitet werden. Dies gilt sowohl für Personen, die bei Facebook registriert sind, als auch für nicht registrierte Besucherinnen und Besucher des Netzwerks.
- Betreiber von Fanpages sollten sich selbst versichern, dass Facebook ihnen die Informationen zur Verfügung stellt, die zur Erfüllung der genannten Informationspflichten benötigt werden.
- Soweit Facebook Besucherinnen und Besucher einer Fanpage durch Erhebung personenbezogener Daten trackt, sei es durch den Einsatz von Cookies oder vergleichbarer Techniken oder durch die Speicherung der IP-Adresse, ist grundsätzlich eine Einwilligung der Nutzenden erforderlich, die die Anforderung der DS-GVO erfüllt.
- Für die Bereiche der gemeinsamen Verantwortung von Facebook und Fanpage-Betreibern ist in einer Vereinbarung festzulegen, wer von ihnen welche Verpflichtung der DS-GVO erfüllt. Diese Vereinbarung muss in wesentlichen Punkten den Betroffenen zur Verfügung gestellt werden, damit diese ihre Betroffenenrechte wahrnehmen können.

(Entschließung der Konferenz der unabhängigen Datenschutzbehörden des Bundes und der Länder – Düsseldorf, 6. Juni 2018)

5. Arbeitsrecht

Für Arbeitnehmer können Äußerungen in den sozialen Medien arbeitsrechtliche Konsequenzen in Form von Abmahnung/Kündigung haben:

- Behauptungen über ehemalige Arbeitsstelle als „*Armseliger Saftladen*“, „*Arme Pfanne von Chef*“, „*die Pfeife*“ und „*Drecksladen*“ sind zwar Formalbeleidigungen, waren im konkreten Kontext aber zulässig, da nicht öffentlich einsehbar, sondern nur für Kontakte. (ArbG Bochum, Az. 3 Ca 1203/11)
- Fristlose Kündigung eines Azubis nach Äußerungen in privatem Profil bei Facebook über AG als „*Ausbeuter und Menschenschinder*“, bei dem er „*dämliche Scheiße für Mindestlohn minus 20 Prozent erledige*“ ist zulässig, da Beleidigung. (LAG Hamm Az. 127-007-12)
- Beleidigung des AG auf eigener Pinnwand rechtfertigen Kündigung selbst dann, wenn Einträge nur für ca. 70 private Kontakte des AN einsehbar sind. Dies jedenfalls dann, wenn etwa die Hälfte der „Freunde“ des AN ebenfalls MA des AG sind, so dass die Postings einer Veröffentlichung auf dem „Schwarzen Brett“ nahe kommen. (Arbeitsgericht Hagen, Az. 3 Ca 2597/11)
- Selbst wenn ein den Arbeitgeber beleidigendes Posting eines Dritten vom Arbeitnehmer „geliked“ wird, kann dies eine (fristlose) Kündigung des Arbeitnehmers rechtfertigen. (Arbeitsgericht Dessau-Roßlau, Az. 1 Ca 148/11)

5. Arbeitsrecht

- Generell sollte geregelt werden, unter welchen Bindungen (wann und wie) die technische Infrastruktur des Arbeitgebers durch die Arbeitnehmer verwendet werden darf; Stichwort: Internetnutzung am Arbeitsplatz
- Für die Mitarbeiter im Bereich der sozialen Medien sollte es verbindliche Anweisungen für Rechte/Pflichten und konkrete Handlungsanweisungen geben
- Gerade im Bereich der sozialen Medien verschwimmen die Grenzen zwischen Arbeit und Privatleben; es sollte unbedingt darauf geachtet werden, Beiträge und Verantwortlichkeiten klar zu kennzeichnen



Social Media

Best Practice an anderen deutschsprachigen
Bibliotheken - Kurzfazit



Social Media ist bunt und vielfältig.
Man kann sich in der Vielfalt leicht verlieren.
Welche Kanäle sind für mein Anliegen/Portfolio die richtigen?



Um erfolgreich zu sein, brauchen Sie:

- Zielsetzungen (wofür) und kreative Ideen
- Zeit und einen Plan (wie, wer, was, wo und mit welchem Aufwand erledigen soll).
 - Spaß und Vertrauen
- Kommunikation in und auf allen Ebenen (intern, extern)



Sie haben Zustimmung für den Beginn erhalten,
erste Social Media-Kanäle gestartet und
die Reaktionen sind toll.
Super! Job erledigt! - Oder?

Pixabay.com, [CC 0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

