

Sicher im Netz

Rechtsfragen der Nutzung von Social Media zur Gewinnung (nicht nur) jugendlicher Engagementinteressierter

Thomas Beyer

Soziale Netzwerke erfreuen sich zunehmender Beliebtheit auch als Instrumente der Engagementförderung im Bereich des sozialen Ehrenamtes. Die folgenden Überlegungen führen in wichtige rechtliche Fragestellungen und Prüfungserfordernisse bei der Nutzung von Social Media ein. Sie erheben nicht den Anspruch, die mit dem Recht des Internets verbundenen Rechtsprobleme erschöpfend darzustellen.

A Veröffentlichung von Inhalten

I Allgemeine Informationspflichten nach Telemediengesetz (TMG)

Wer sich Social Media bedient, unterliegt den allgemeinen Anforderungen des Telemediengesetzes. So gilt die Impressumspflicht des § 5 TMG auch für soziale Netzwerke (Ulbricht 2013: 18). Sie ist nur dann nicht anwendbar, wenn es sich um rein private Angebote handelt (Fechner 2013: 432 mit 353).

§ 5 Abs. 1 TMG verlangt, dass die dort aufgeführten Pflichtinformationen „leicht erkennbar, unmittelbar zu erreichen und ständig verfügbar“ sein müssen. Die Rechtsprechung stellt hieran, insbesondere bei Verlinkung, hohe Anforderungen und erstreckt sie auf mobile Anwendungen (Beispiele bei Ulbricht 2013: 18 ff.). So wird für die Pflichtangaben eine Rubrizierung unter „Info“ als nicht genügend angesehen und eine Erreichbarkeit mit höchstens zwei Klicks gefordert.

TIPP Auch bei Social-Media-Angeboten gemeinnütziger Organisationen, die auf die Gewinnung von Ehrenamtlichen zielen, ist die Impressumspflicht einzuhalten. Links dahin sind klar und deutlich mit Begriffen wie „Impressum“, „Kontakt“, „Verantwortlicher gemäß Art. 5 TMG“ o.Ä. zu kennzeichnen. Eine Erreichbarkeit des Impressums ist auch für Anwendungen auf Smartphones usw. zu gewährleisten.

II Datenschutz

Nach § 13 Abs. 1 TMG sind Social-Web-Nutzer/-innen vom Anbieter „zu Beginn des Nutzungsvorgangs über Art, Umfang und Zweck der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten [...] in allgemein verständlicher Form zu unterrichten“. Social-Media-Aktionen, die auf die Gewinnung Engagementinteressierter zielen, werden sich nahezu notwendigerweise Angaben hinsichtlich deren „persönlicher Verhältnisse“, wie Name, Anschrift, Geburtsdatum usw., mithin „personenbezogener Daten“ im Sinne von § 3 Abs. 1 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) bedienen. Von einer Anwendbarkeit der datenschutzrechtlichen Bestimmungen wird folglich auszugehen sein, ohne dass hier die intensiv diskutierte Frage vertieft werden muss, wie die Datenschutzrelevanz von technischen Funktionen sozialer Netzwerke (z. B. Abgleiche, „Freunde“-Finder, Kontaktdaten-Exporte oder -Importe oder das Verwenden von Cookies und „Like-Buttons“) im Einzelnen umzusetzen ist (dazu Koß 2013: 269 ff.; Ulbricht 2013: 91 ff.; Fechner 2013: 434).

Nach § 12 TMG ist für Verwendung und Erhebung von Daten die Einwilligung des Nutzers oder der Nutzerin erforderlich. Unter Einwilligung versteht man nach den allgemeinen Festlegungen des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) die vorherige Zustimmung (§ 183 BGB). Für die Erteilung der Einwilligung auf elektronischem Wege gilt § 13 Abs. 2 TMG. Die Zustimmung muss danach ausdrücklich („bewusst und eindeutig“) erfolgen, protokolliert werden, jederzeit abrufbar und widerruflich sein. Der Nutzer oder die Nutzerin ist auf das Widerrufsrecht hinzuweisen (§ 13 Abs. 3 TMG), nach § 13 Abs. 5 TMG besteht eine Hinweispflicht bei Weitervermittlung der Daten und auf Verlangen eine Auskunftspflicht über die zur Person gespeicherten Daten (§ 13 Abs. 7 TMG).

Für die Erteilung der Zustimmung wird eine aktive Zustimmungshandlung des Nutzers oder der Nutzerin („Opt-in“), z.B. Zustimmungsklick nachfolgend zu den einschlägigen Erklärungen auf der Seite, verlangt (Ulbricht 2013: 93).

TIPP In einer entsprechend gekennzeichneten Datenschutzerklärung sind die erforderlichen Hinweise zu geben und die technischen Voraussetzungen für eine Zustimmungserteilung durch den Nutzer oder die Nutzerin vorzusehen.

III Kein Verstoß gegen Nutzungsrechte und andere Rechte Dritter

1 Urheberrecht

Findet das Urheberrechtsgesetz (UrhG) hinsichtlich betroffener Inhalte Anwendung?

Nach § 2 Abs. 1 UrhG unterliegen dem ausschließlichen Recht des Urhebers, über die Verwertung (§ 15 Abs. 1 UrhG), insbesondere die Vervielfältigung (Art. 16 UrhG) oder die Verbreitung (§ 17 UrhG), selbst zu entscheiden, „Werke der Literatur, Wissenschaft und Kunst“. Unter dem Aspekt des Schutzes des Urhebers ist im Zweifel von einem weiten Verständnis der einbezogenen Werke auszugehen. Sprachwerke in Gestalt von Büchern, Zeitschriftenartikeln und Computerprogrammen sind ebenso erfasst wie Bilder, Musik, aber auch Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art, wie Zeichnungen, Pläne, Karten, Skizzen, Tabellen usw. Vorsicht hat deshalb etwa schon bei der Verwendung fremder Anfahrtsskizzen oder von Stadtplänen bei Veranstaltungshinweisen zu gelten. Nicht geschützt sind amtliche Veröffentlichungen, Gesetzestexte o. Ä.

Vorausgesetzt wird indes eine bestimmte Schöpfungshöhe der Leistung, d.h. ein eigen-schöpferischer Beitrag des Urhebers, der das Werk über alltägliche Entstehungsphänomene heraushebt (vgl. § 2 Abs. 2 UrhG). Einzelne Kurzmitteilungen oder Tweets werden deshalb nach Auffassung der Literatur „häufig nicht“ (Fechner 2013: 129) oder „kaum“ als Werk geschützt (Kofß 2013: 257).

Unterliegt das fremde Werk (noch) dem urheberrechtlichen Schutz?

Nach § 64 UrhG erlischt das Urheberrecht (erst) siebenzig Jahre nach dem Tod des Urhebers. Das Urheberrecht ist vererblich (§ 28 Abs. 1 UrhG). Es ist außerhalb erbrechtlicher Rechtsgeschäfte nicht übertragbar (§ 29 Abs. 1 UrhG). Gemäß § 29 Abs. 2 UrhG zulässig sind aber insbesondere die Einräumung von Nutzungsrechten, schuldrechtliche Einwilligungen und Vereinbarungen zu Verwertungsrechten.

Liegt eine Einwilligung des Urhebers oder von einem anderen zur Nutzung Berechtigten vor?

Die Einwilligung als vorherige Zustimmung ist im Falle des urheberrechtlichen Schutzes nicht nur für die Verwertung, sondern auch für die Bearbeitung

und Umgestaltung des Werkes erforderlich (§ 23 UrhG). Ein Nutzungsrecht kann nur mit Zustimmung des Urhebers übertragen werden, die dieser aber nicht treuwidrig verweigern darf (§ 34 Abs. 1 UrhG).

Liegt ein Fall der – engen – gesetzlichen Ausnahmen vor oder hat der Urheber eine Creative-Commons-Lizenz erteilt?

§§ 44a ff. UrhG nennen zulässige Nutzungshandlungen unter engen Voraussetzungen. Hier sei auf die Vervielfältigung, Verbreitung und Wiedergabe eines veröffentlichten Werkes zum Zwecke des Zitats verwiesen (§ 51 UrhG; dazu aber noch unter 3.).

Mithilfe von sog. „Creative Commons“-Lizenzmodellen gewähren Autorinnen und Autoren in vielen Fällen im Wege vorformulierter Lizenzverträge der Öffentlichkeit Nutzungsrechte an ihren Werken. Dies soll gerade das Teilen von Inhalten im Netz ermöglichen (eingehend Ulbricht 2013: 33 ff.).

Ist eine erforderliche Nutzungsvereinbarung in für die beabsichtigte Nutzung ausreichendem Umfang abgeschlossen worden?

Nutzungsrechte können nach § 31 UrhG sehr differenziert vereinbart werden, z. B. für alle Nutzungen oder auf einzelne Nutzungsarten beschränkt, als einfaches (Mit-)Nutzungsrecht oder so, dass andere Personen von einer Nutzung ausgeschlossen werden (ausschließliches Nutzungsrecht). Die beabsichtigte tatsächliche Nutzung muss von der geschlossenen Vereinbarung zweifelsfrei umfasst sein.

TIPP Auch für den Fall, dass Texte oder Bilder z. B. für einen Webauftritt eigens in Auftrag gegeben werden, ist darauf zu achten, dass mit dem Auftragnehmer die Nutzungsrechte eindeutig – etwa auch hinsichtlich einer späteren anderweitigen Verwendung – vereinbart werden.

Werden alle Vorgaben der Einwilligung beachtet?

Indem die Einwilligung über den Umfang der eingeräumten Nutzungsbefugnis entscheidet, sind ihre Vorgaben genau einzuhalten. Dies gilt etwa für die Ausgestaltung der Namensnennung des Urhebers (§ 13 UrhG), das Hinzufügen von Links bei der Nutzung von Texten unter Creative-Commons-Lizenzen (Kofß 2013: 259 zu Wikipedia) oder deren Einschränkung allein auf eine private Nutzung.

Beachte: Urheberrechtsverletzungen sind auch möglich durch Linksetzung ohne Nutzungs- bzw. Unterlizenzierungsrechte

Verlinkungen und Vorschauen können damit zu Verletzungen des Urheberrechts führen. Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch die Vorschrift des § 87 f. UrhG, die Herstellern von Presseerzeugnissen (Presseverlegern) das ausschließliche Recht einräumt, Presseerzeugnisse oder Teile hiervon zu gewerblichen Zwecken öffentlich zugänglich zu machen. Links zu Presseartikeln können deshalb Rechtsfolgen, wie eine Unterlassungsverpflichtung oder Vergütungszahlungen als Schadensersatz (§ 97 UrhG), auslösen, sofern nicht der Presseverleger ausdrücklich auf sein Leistungsschutzrecht verzichtet (Beispiele bei Koß 2013: 261).

Während das bloße Teilen fremder Texte und das Nutzen von Social Plugins urheberrechtlich in der Regel als unproblematisch angesehen werden (so Voß 2013, 258), gilt es bei der Einbindung von Inhalten (Artikeln, Fotos, Videos), wiederum mit Bedacht zu handeln. Obwohl die urheberrechtswidrigen Inhalte sich technisch nicht auf den Servern der Betroffenen befinden, sondern durch die Einbindung nur auf der eigenen Webseite dargestellt werden, erfolgt durch die Rechtsprechung eine Bewertung als Verletzung des Rechts des Urhebers auf öffentliche Zugänglichmachung nach § 19a UrhG (Ulbricht 2013: 40 ff.; Koß 2013: 259 für den Dienst Pinterest).

Urheberrechtsverletzungen durch nutzergenerierte Inhalte

Eine Haftung für Urheberrechtsverletzungen kommt auch in Betracht, wenn die relevanten Inhalte von Nutzerseite stammen. § 10 TMG gewährt aber für gespeicherte „fremde“ Informationen eine Haftungsprivilegierung, wenn der Diensteanbieter keine Kenntnis von der Rechtswidrigkeit hat oder bei Erlangung der Kenntnis unverzüglich tätig geworden ist, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren.

Inhalte sind dann nicht mehr „fremd“, wenn sie sich der Seitenbetreiber zu eigen gemacht hat, z. B. eine redaktionelle Auswahl getroffen hat (Fechner 2013: 354). Bloße „Disclaimer“, durch die der Anbieter sich von rechtswidrigen Inhalten distanzieren will, reichen in solchen Fällen nicht aus (Fechner a.a.O.).

TIPP Auf der sicheren Seite befindet man sich urheberrechtlich dann, wenn man beim Auftritt eigene Texte und Bilder nutzt. Gerade bei Trägern, die die Aufmerksamkeit Engagementinteressierter, z.B. für eine Mitwirkung im sozialen Bereich, wecken möchten, kann die Gestaltung mit persönlicher Handschrift zudem einladender und glaubwürdiger wirken als ein glattes und ersichtlich professionell erstelltes Design.

2 Recht am eigenen Bild

Bei Bild-, Film- und Videoaufnahmen ist für die Verbreitung und öffentliche Zurschaustellung nach § 22 Kunsturhebergesetz (KUG) die Einwilligung der Betroffenen erforderlich.

Ausnahmen bestehen nur in den engen Grenzen des § 23 KUG. Danach dürfen „Bildnisse“ ohne Einwilligung der Abgebildeten veröffentlicht werden bei

- Personen der „Zeitgeschichte“ (Personen, an denen ein öffentliches Interesse existiert, wie Politiker/innen, Wirtschaftsverantwortliche, Schauspieler/innen, Sportler/innen etc.), aber nach der neueren Rechtsprechung nur dann, wenn ein Bezug zum Zeitgeschehen besteht, d.h. zu Fragen von allgemeinem gesellschaftlichem Interesse (Palandt, Rdnr. 112 zu § 823 BGB; Fechner 2013: 77f.).
- Aufnahmen von (öffentlichen) Veranstaltungen, Aufzügen und „ähnlichen Vorgängen“, an denen die dargestellte Person teilgenommen hat; entscheidend ist nicht die bloße Anzahl der Teilnehmenden, sondern, ob die Veranstaltung öffentlich zugänglich war oder nur für einen abgeschlossenen Kreis (Ulbricht 2013: 30).
- „Bildern, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen“; dies setzt voraus, dass sich durch Weglassen der Person nicht Gegenstand und Charakter des Bildes verändern, die Person also nicht aus der Anonymität herausgelöst und zum Blickfang wird (Ulbricht a. a. O.).

Gegebenenfalls stehen aber schon die Umstände einer Aufnahme zwingend deren späterer Verbreitung entgegen; so bei Eingriffen in die Intimsphäre der Abgebildeten (z.B. Aufnahmen, die den Gesundheitszustand erkennen lassen, wie bei Bewohnerinnen und Bewohnern eines Pflegeheimes – hier ist

aber auch die Frage zu prüfen, ob im Einzelfall überhaupt noch rechtsgeschäftlich wirksam eine Einwilligung erteilt werden kann). Nach § 201 a Strafgesetzbuch (StGB) steht die Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereiches durch Bildaufnahmen unter Strafe.

Strengste Maßstäbe gelten für die Verbreitung von Aufnahmen von Kindern (Schutz des Rechts auf Entwicklung ihrer Persönlichkeit) und aus der Familiensphäre (Palandt, Rdnr. 112 a.E. zu § 823). Hinsichtlich von Aufnahmen, z.B. aus der Kita, sind die Eltern über die Verwendung entscheidungsbefugt; bei beschränkt geschäftsfähigen Minderjährigen ab 7 Jahren gilt die Zustimmungserfordernis des gesetzlichen Vertreters (§§ 107, 108 BGB). Ab einem Alter von 14 Jahren des oder der Abgebildeten wird neben der Einwilligung der Eltern diejenige des oder der Jugendlichen selbst verlangt (Fechner 2013: 74).

Verletzungshandlungen sind auch hier schon durch bloße Setzung eines Links zu Seiten möglich, die Bilder unzulässig verwenden.

TIPP Bildmaterial grundsätzlich nicht ohne Einwilligung der Dargestellten verwenden.

3 Recht am gesprochenen und geschriebenen Wort

Diese Ausprägung des Persönlichkeitsrechts beinhaltet die Entscheidungsbefugnis über Umfang und Reichweite der etwaigen Verbreitung einer Äußerung in Wort und Schrift. Auch hier gilt, wenn die Äußerung nicht für die Öffentlichkeit bestimmt war, für die Veröffentlichung das Einwilligungserfordernis. § 201 StGB stellt die Verletzung der Vertraulichkeit des Wortes unter Strafe. Der persönlichkeitsbezogene Schutz ist unabhängig von einem etwaigen urheberrechtlichen Schutz des Werkes und gerade dann relevant, wenn kein geschütztes Werk im Sinne von § 2 UrhG vorliegt.

Zitate (s. auch oben 1.) sind stets nur korrekt, vollständig, unter Berücksichtigung des Kontextes und nicht vermengt mit eigenen Äußerungen zulässig (Fechner 2013: 84 ff.). Für den Bereich von Organisationen, die in der Sozialen Arbeit tätig sind, ist von besonderer Bedeutung die Strafbarkeit (!) der Verletzung der Schweigepflicht nach § 203 StGB (Ziffer 4 bis 5: Ehe-, Familien-, Erziehungs-, Jugend- und Suchtberater in öffentlich anerkannten Beratungsstellen, Mitglieder oder Beauftragte anerkannter Schwangerenkonfliktberatungsstellen, staatlich anerkannte Sozialarbeiter und Sozialpädagogen).

TIPP Tonaufnahmen, Videos und private Aufzeichnungen nie ohne Einwilligung der Betroffenen nutzen.

4 Markenrechte

Bei der Gestaltung von Auftritten in sozialen Netzwerken gilt es, den Schutz fremder Marken zu achten. Er kann beispielsweise für Darstellungsformen (Logo), Schriftzüge oder auch die Verwendung charakteristischer (Unternehmens-)Farben bestehen (Koß 2013: 261).

TIPP Auf der Homepage des Deutschen Patent- und Markenamtes lässt sich über den Dienst „DPMAregister“ eine erste, kostenfreie Recherche durchführen, ob geplante Gestaltungen fremden Markenrechten zuwiderlaufen.

B Aspekte für das Arbeitsverhältnis

I Kommunizieren in Social Media als arbeitsvertragliche Aufgabe

Offizielle Äußerungen für eine Organisation, z.B. einen Verband, dürfen auch in sozialen Netzwerken nur von den dafür intern bestimmten Zuständigen getätigt werden.

Für die Äußerung von Mitarbeitenden im Rahmen ihres Arbeitsvertrages gilt das Haftungsprivileg nach § 10 TMG (oben A.III.1.) nicht, da es sich nicht um für den Anbieter „fremde“ Inhalte handelt.

TIPP Verantwortliche für die sozialen Netzwerke sollten hinsichtlich der rechtlichen Rahmenbedingungen qualifiziert und kontinuierlich fortgebildet werden. Aus Gründen der Risikovermeidung erscheint es sinnvoll, praxistaugliche Techniken zur internen Protokollierung und Archivierung der Kommunikation in sozialen Netzwerken zu entwickeln.

II Private Nutzung von Social Media

Äußerungen von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern im Internet gewinnen zunehmend kündigungsrechtliche Relevanz (Kort 2012, 1321 ff.). Dies gilt jedenfalls dann, wenn die Äußerungen im allgemein zugänglichen Bereich sozialer Netzwerke erfolgen. Weisen z.B. Mitarbeitende dort im eigenen Profil öffentlich zugänglich auf ihren Arbeitgeber hin, dürfen sie sich auch in privaten Beiträgen nicht

in Widerspruch zu dessen Interessen setzen (vgl. LAG Hamm, Urteil vom 10.10.2012 – 3 Sa 644/12). Dies gilt gegebenenfalls in gesteigerter Form für die Mitarbeitenden kirchlicher Arbeitgeber und von Tendenzbetrieben (LSG Baden-Württemberg, Urteil vom 21.10.2011 – L 12 AL 2879/09).

Fazit

Der personelle und konzeptionelle Aufwand einer rechtssicheren Nutzung von sozialen Netzwerken durch Verbände ist nicht unerheblich. Er kann auch in zeitlicher Hinsicht in Widerstreit zu der gebotenen Aktualität der zu vermittelnden Inhalte treten. Sicher – und erfolgreich – im Netz versprechen nur die Organisationen zu sein, die Social Media nicht nur zum festen Bestandteil ihrer Kommunikationsstrategie erklären, sondern auch die dafür erforderlichen Ressourcen bereitstellen.

Der Einsatz von Social Media verspricht unter diesen Voraussetzungen gute Erfolgsaussichten für die Gewinnung neuer Interessierter für das ehrenamtliche Engagement – nicht nur, aber auch unter Jugendlichen. Wegen der dabei aber zwingend zu beachtenden rechtlichen Voraussetzungen und des hierfür erforderlichen Aufwandes erscheint etwa im Rahmen staatlicher Engagementförderung eine gezielte diesbezügliche Unterstützung von Social-Media-Aktivitäten der engagementtragenden Verbände und Organisationen sinnvoll und zielführend.

Bausteine eines derartigen Förderprogramms „Social Media für das soziale Engagement“ könnten auf der Grundlage der hier erörterten Aspekte sein:

- Qualifizierung von Kommunikationsverantwortlichen, Ehrenamtskoordinatorinnen, Freiwilligenmanagern etc. für die Erstellung und Pflege von Auftritten in den sozialen Netzwerken auch in rechtlicher Hinsicht.
- Etablierung einer kontinuierlichen Fortbildungsreihe zu aktuellen rechtlichen Entwicklungen rund um Social Media.
- Anerkennung des zusätzlich zu leistenden Aufwandes für rechtssichere Aktionen im Netz zur Gewinnung von Ehrenamtlichen durch zweckgebundene Anpassung der staatlichen globalen Unterstützung für Spitzenverbandsaufgaben u. Ä.

Literatur

- Fechner, F. 2013: Medienrecht, 14. Auflage. Tübingen.
 Kort, M. 2012: Kündigungsrechtliche Fragen bei Äußerungen des Arbeitnehmers im Internet. In: Neue Zeitschrift für Arbeitsrecht, 1321–1327.
 Koß, S. 2013: Social Media für Freiberufler und Kleinunternehmer. Weinheim.
 Palandt 2014: Bürgerliches Gesetzbuch, 73. Auflage. München.
 Ulbricht, C. 2013: Social Media und Recht. Praxiswissen für Unternehmen, 2. Auflage. Freiburg, München.

Dr. Thomas Beyer

ist Jurist und Professor für Recht in der Sozialen Arbeit an der TH Nürnberg.

E-Mail: Thomas.Beyer@th-nuernberg.de

TUP – Theorie und Praxis der Sozialen Arbeit

65. Jahrgang 2014, Heft 4

Aktuell

Prinzip der Sozialversicherung ist das Modell der Zukunft
Interview mit dem Rentenexperten Johannes Steffen 244

Aus der Theorie

Passive Toleranz
Wie ethnische Vielfalt in der Wohnumgebung Vorurteile beeinflusst
Oliver Christ 251

Wozu Menschenbilder?
Das ethische Selbstverständnis sozialer Organisationen zwischen
Universalität und Partikularität
Lars Klinnert 257

Aus der Praxis

**Einschätzungen Studierender der Sozialen Arbeit
zu sozialen Problemen und Arbeitsfeldern**
Carl Heese und Tilman Thaler 267

Ungleichheit am deutschen Arbeitsmarkt
Wieso Frauen immer noch weniger verdienen als Männer und
was dagegen getan werden muss
Bettina Metz-Rolshausen und Eva Ritte 277

**Lebensweltliche Kontaktpunkte im Sozialraum als
informelle Infrastruktur der Altenhilfe**
Herbert Schubert und Marina Vukoman 284

Aus dem Verband

- Rentenkürzungen stoppen, Altersarmut verhindern, Lebensstandard sichern**
 Forderungen der Arbeiterwohlfahrt nach mehr Solidarität in der Alterssicherung 296

An der Pinnwand

Sicher im Netz

- Rechtsfragen der Nutzung von Social Media zur Gewinnung
 (nicht nur) jugendlicher Engagementinteressierter
 Thomas Beyer 310

- Start des bundesweiten Modellprogramms „JUGEND STÄRKEN im Quartier“**
 Förderphase 2015 bis 2018 316

- 10 gute Gründe für die Notwendigkeit eines neuen Pflegebedürftigkeitsbegriffs**
 Position der Bundesarbeitsgemeinschaft der Freien Wohlfahrtspflege (BAGFW)
 zur Notwendigkeit eines Paradigmenwechsels in der Pflege 317

Buchbesprechung

- Karl-Heinz Boëbenecker, Michael Vilain: Spitzenverbände
 der Freien Wohlfahrtspflege
 Sabine Wolf 318

- Impressum** 320