

The background image shows a blurred workshop environment. In the foreground, a person's hands are visible, holding a pen and a notebook. To the right, another person is wearing a colorful, patterned bracelet. In the background, other participants are seated around a table, some looking towards the camera and others looking away. The overall atmosphere is professional and collaborative.

**MENOLD
BEZLER**

WORKSHOP – SOCIAL MEDIA RECHT
STUTTGART VIA ZOOM

22. JULI 2021



Varinia Eva Iber

Rechtsanwältin

Tel +49 711 86040 025

Fax +49 711 86040 277

varinia.iber@menoldbezler.de

Profil

- Studium in Freiburg mit Schwerpunkt „Informationsrecht und geistiges Eigentum“.
- Referendariat in Stuttgart mit Stationen bei internationaltätigen Kanzleien in den Bereichen IT-, Datenschutz und Wettbewerbsrecht
- Fachanwaltslehrgang IT-Recht
- seit Anfang 2019 als Rechtsanwältin bei Menold Bezler

DIE REFERENTIN

Kompetenzbereiche und Tätigkeitsschwerpunkte

- IT- und Internetrecht
- Beratung im Datenschutz
- Urheber- und Wettbewerbsrecht
- Spezialisierung auf Internet, E-Commerce, Mobile und Social Media

www.menoldbezler.de

A blurred background image showing several people in a meeting. In the foreground, a person's hands are holding a laptop. In the background, two people are wearing blue shirts, and another person is wearing a white shirt. The overall scene is brightly lit, suggesting an indoor office or meeting room environment.

EINLEITUNG

EINLEITUNG

2020 *This Is What Happens In An Internet Minute*



RELEVANZ VON SOCIAL MEDIA AUS RECHTLICHER SICHT

- Nutzer und Unternehmen werden mehr als jemals zuvor zum (Co-) Produzenten und Anbieter von allen Arten von Internetinhalten (User Generated Content)
- Auswahl und Menge an nutzergenerierten Inhalten explodiert
- Explodierende Inhalte sorgen für massiv zunehmende Zahl an Rechtsverletzungen

C. INHALTSÜBERBLICK

1. Ausgestaltung des Social Media Auftritts
2. Urheberrechte in Social Media
3. Datenschutz
4. Werbung auf Social Media alias „Influencer Marketing“

A blurred background image showing several people in a meeting or office setting. In the foreground, a person's hands are visible holding a laptop. The overall scene is out of focus, emphasizing the text overlay.

TEIL 1 AUSGESTALTUNG DES SOCIAL MEDIA AUFTRITTS

A. DOMAIN UND ACCOUNT NAME

- umfangreiche Rechtsprechung zu Domains auf Social Media Accounts übertragbar
- Markenverletzung vermeiden -> DPMA-Check
- Vorsicht bei
 - Fremden Marken oder Firmennamen
 - Städtenamen
 - staatliche Einrichtungen
- Eigener Name als Marke schützen
- Empfehlung bei „Account-Grabbing“ und Fake-Accounts:
 - Abgestuft vorgehen
 - Vorgehen über Plattformbetreiber oft sinnvoll

B. IMPRESSUM

IMPRESSUMSPFLICHT

- Informationspflichten nach § 5 TMG und § 18 MSTV (seit 7.11.2020 in Kraft!)
- für geschäftsmäßig genutzte Telemedien
 - Webseite, Blog
 - LG Aschaffenburg (AZ. 2 HK O 54/11) bestätigt Impressumspflicht bei Facebook
- § 5 Abs. 1 TMG: „leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar“
 - BGH vom 20.7.2006 (Az. I ZR 228/03): Erreichbarkeit über zwei Klicks
 - „Anbieterkennzeichnung“, „Impressum“ oder „Kontakt“

Weiterführend: www.kurzlink.de/impressumspflicht

B. IMPRESSUM

GESTALTUNGSMÖGLICHKEITEN

- Gestaltung der Informationen grundsätzlich frei
- Bezeichnung „Impressum“ + Link
- Impressums-Tab bei Facebook (bei Unternehmensaccount) oder aussagekräftiger Link
- Feld mit Bezeichnung „Info“ genügt nach (zweifelhafter) Ansicht des LG Aschaffenburg nicht
- Bei Verlinkung auf Impressum der Webseite Bezug zu jeweiliger Social Media Präsenz nehmen



TEIL 2
URHEBERRECHT
WORAUF MAN BEIM POSTEN, LIKEN UND TEILEN
ACHTEN SOLLTE

A. URHEBERRECHTLICHE GRUNDLAGEN

SCHUTZ DES URHEBERRECHT

- § 1,2 UrhG: Schutz von Werken der Literatur, Kunst & Wissenschaft



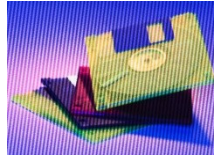
Sprachwerke



Musik



Filmwerke



Software



Lichtbildwerke



Datenbanken



Karten

Kriterium → Hinreichende Schöpfungshöhe, §2 Abs. 2 UrhG

A. URHEBERRECHTLICHE GRUNDLAGEN

SCHUTZ DES URHEBERRECHT

- Geschützt ist die konkrete Ausgestaltung nicht die dahinterstehende Idee!
- Fotos, Audio- und Videoinhalte, Texte in aller Regel geschützt
(insb. bei Fotos Leistungsschutzrecht nach § 72 UrhG)
- „automatischer“ Schutz, d.h. keine Registrierung/ keine Kennzeichnung erforderlich

Folge: Nutzung grundsätzlich nur mit Zustimmung des Urhebers/Nutzungsberechtigten möglich

Beachte: Veröffentlichung im Internet ist keine Freigabe zur Nutzung!

Ausnahme: Zitatrecht § 51 UrhG

Bei der Nutzung fremder Werke, sollte man im Zweifel davon ausgehen, dass sie urheberrechtlich geschützt sind!

A. URHEBERRECHTLICHE GRUNDLAGEN

RECHTE DES URHEBERS

§ 12 UrhG
Veröffentlichungsrecht

§ 14, 39 UrhG
Entstellungs- und
Änderungsverbot

§ 15 III UrhG
Recht der öffentlichen Wiedergabe

§ 16 UrhG
Vervielfältigungsrecht

§ 17 UrhG
Verbreitungsrecht



Umfassende Verwertungsrechte

A. URHEBERRECHTLICHE GRUNDLAGEN

URHEBERVERTRAGSRECHT

Übertragung von Nutzungsrechten (Lizenzvertrag):

- Einfaches oder ausschließliches Nutzungsrecht
- Zeitliche, räumliche, inhaltliche Beschränkung
- Begrenzung auf einzelne Verwertungsarten

Beachte:

- Umfang des Nutzungsrechts (z.B. Creative Commons)
- Einhaltung Lizenzbedingungen (z.B. Stock-Archive)

Im Zweifel: Zweckübertragungslehre

Nutzungsrechte am Werk eines Arbeitnehmers stehen in der Regel dem Arbeitgeber oder Dienstherrn zu (§ 43 UrhG)

A. URHEBERRECHTLICHE GRUNDLAGEN RECHTSFOLGEN

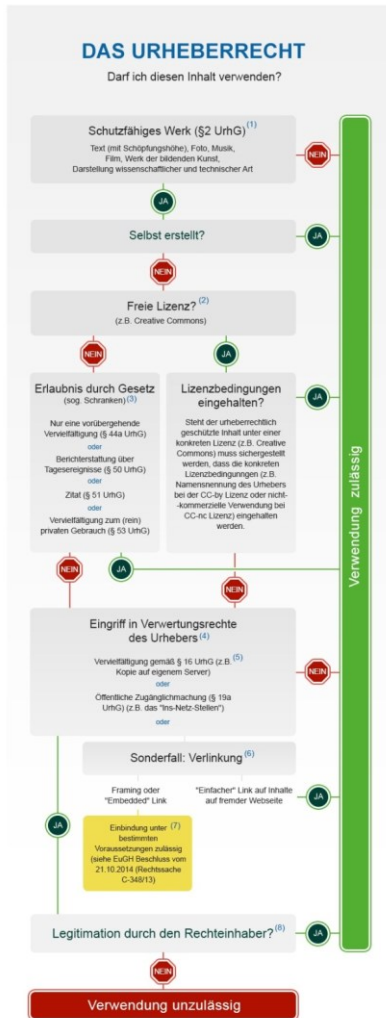
- Unterlassungsanspruch
- Beseitigungsanspruch
- Kostenerstattungsanspruch
- Auskunftsanspruch
- Schadenersatzanspruch

Schadenersatzanspruch wahlweise:

- Konkreter Schaden einschließlich entgangener Gewinn
- Herausgabe des Verletzergewinns
- Fiktive Lizenzgebühr

B. KOMMUNIKATIONSFORMEN BEI SOCIAL MEDIA UND DEREN RECHTLICHE RELEVANZ

- Liken
 - Kopie des gelikten Inhalts wird im eigenen Profil angezeigt
 - LG Hamburg (Az. 327 O 438/11): „unverbindliche Gefallensäußerung“
- Teilen
 - erlaubt bei eigenen Inhalten oder
 - Urheber hat „Share-Funktion“ zur Verfügung gestellt
- Posten
 - stellt öffentliche Zugänglichmachung dar
- 1. Verlinken
 - Problematisch: eingebundene Vorschaubilder
- 2. Embedden
 - EuGH: keine Urheberrechtsverletzung (Voraussetzung: Werk wurde mit Einwilligung des Urhebers im Internet veröffentlicht + keine technische Hürde)



INFOGRAFIK unter
www.kurzlink.de/infografik

LERNERFOLGSKONTROLLE

- Sie wollen ein Social Media Profil für Ihr Unternehmen einrichten. Was müssen sie beachten?
- Gestalten Sie ein Impressum für Ihre Unternehmung!
- Sie wollen einen Beitrag zu Ihrem Unternehmen auf der Website oder dem Social Media Profil mit Bildern anschaulich gestalten.
 - Dürfen Sie hierfür ein Bild aus der Google Bildersuche verwenden?
 - Was müssen Sie bei der Lizenzierung von Fotos zur Nutzung beachten?

A blurred background image showing several people in a meeting or office setting. In the foreground, a person's hands are visible holding a laptop. The overall scene is out of focus, emphasizing the text overlay.

TEIL 3 DATENSCHUTZRECHT

A. GRUNDLAGEN

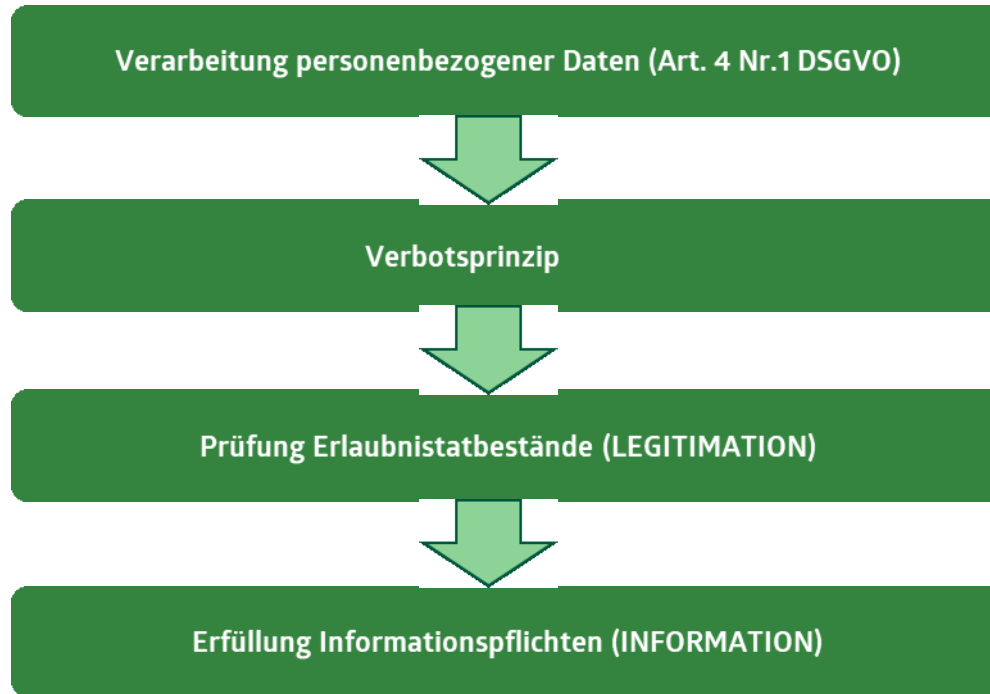
Bisher nur Richtlinien

- Richtlinie 95/46/EG (Datenschutzrichtlinien)
- Richtlinie 2009/136/EG ("Cookie-Richtlinie")

Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)

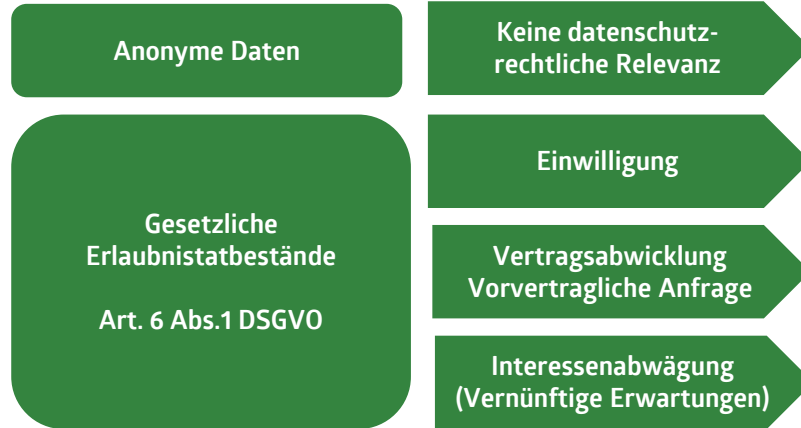
- Direkte Geltung in der Europäischen Union
- Ab 25.Mai 2018
- Neue Begriffsdefinitionen
- Veränderte Anforderungen
- Erheblicher Strafraumen

A. GRUNDLAGEN



A. GRUNDLAGEN

LEGITIMATION



C. INFORMATIONSPFLICHTEN

ERFÜLLUNG DER INFORMATIONSPFLICHTEN

Art 13 DSGVO

Informationspflicht bei Erhebung personenbezogener Daten **bei** der betroffenen Person

Art 14 DSGVO

Informationspflicht bei Erhebung personenbezogener Daten **nicht bei** der betroffenen Person

C. INFORMATIONSPFLICHTEN

INHALT

Information nach Art. 13 Abs.1 DSGVO (Pflicht):

- Identität des Verantwortlichen
- Kontaktdaten des Datenschutzbeauftragten
- Verarbeitungszwecke und Rechtsgrundlage
- Berechtigtes Interesse
- Empfänger
- Übermittlung in Drittstaaten

Information nach Art. 13 Abs. 2 DSGVO (erforderlich für faire und transparente Verarbeitung):

- Dauer der Speicherung
- Rechte der Betroffenen
- Widerrufbarkeit von Einwilligungen
- Beschwerderecht bei der Aufsichtsbehörde
- Verpflichtung zur Bereitstellung personenbezogener Daten
- Automatisierte Entscheidungsfindung und Profiling

Beachte: Zweckänderung führt zu weiteren Informationspflicht!

D. BETROFFENENRECHTE

Art 12	Transparente Information, Kommunikation und Modalitäten für die Ausübung der Rechte der betroffenen Person
Art 13	Informationspflicht bei Erhebung von personenbezogenen Daten bei der betroffenen Person
Art 14	Informationspflicht, wenn die personenbezogenen Daten nicht bei der betroffenen Person erhoben wurden
Art 15	Auskunftsrecht
Art 16	Recht auf Berichtigung
Art 17	Recht auf Löschung ("Recht auf Vergessenwerden")
Art 18	Recht auf Einschränkung der Verarbeitung
Art 19	Mitteilungspflicht im Zusammenhang mit der Berichtigung oder Löschung personenbezogener Daten oder der Einschränkung der Verarbeitung
Art 20	Recht auf Datenübertragbarkeit
Art 21	Widerspruchsrecht

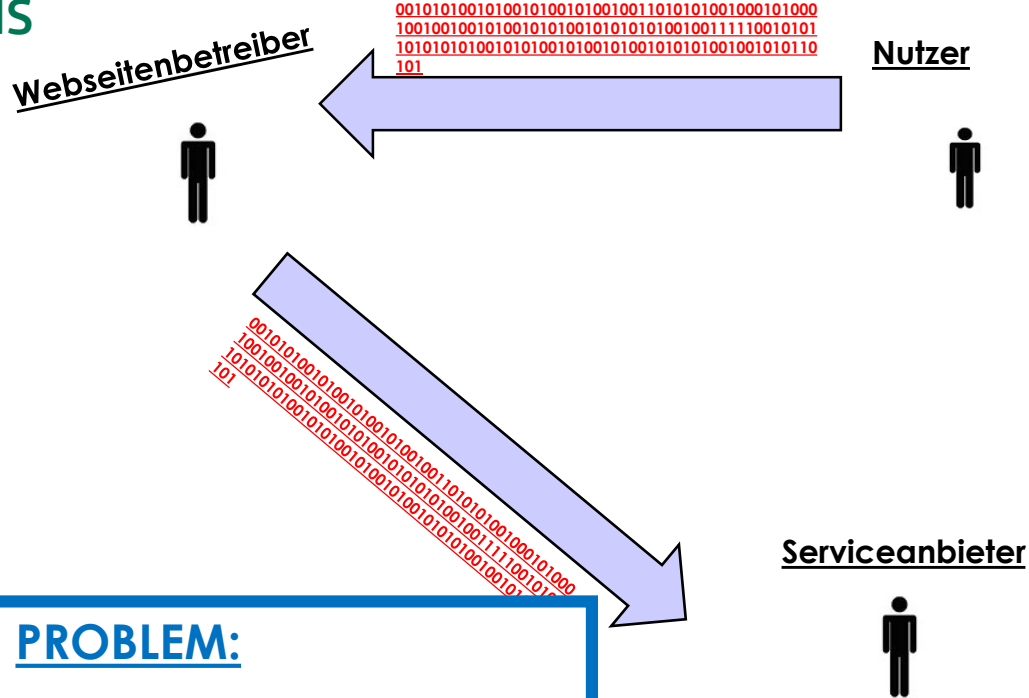
E. DOKUMENTATION

Verarbeitungsverzeichnis (Art. 30 DSGVO)

Rechenschaftspflicht (Art. 5 Abs. 2 DSGVO)

- Verantwortlicher muss Einhaltung DSGVO nachweisen können
- Erhöhte Dokumentationspflichten
- „Beweislastumkehr“

F. PRAXISFRAGEN SOCIAL PLUGINS



PROBLEM:
Weitergabe von personenbezogenen Daten

F. PRAXISFRAGEN

SOCIAL PLUGINS

Problemfälle im Social Web

- „Facebook-Like“-Button
- Weitere Social Plugins

Lösungsmöglichkeiten für Social Plugins

Zwei-Klick Buttons

- Problem: Hinreichende Aufklärung
- Beschluss des Düsseldorfer Kreises vom 8.12.2011:
- „Wenn sie die über ein Plugin mögliche Datenverarbeitung nicht überblicken, dürfen sie daher solche Plugins nicht ohne weiteres in das eigene Angebot einbinden.“ siehe www.kurzlink.de/beschluss

Shariff (heise)

EuGH-Urteil „Like-Button“

- Einwilligung für Datenerhebung und –Transfer an Facebook
- Information über Datenschutzerklärung
- Joint Controllershship Agreement (Art. 26 DSGVO)

F. PRAXISFRAGEN

COOKIES

Rechtsgrundlagen: **DSGVO** (Schutz pbD) vs. **E-Privacy** (Schutz von Endgeräten)

Laut Art. 5 Abs. 3 ePrivacy-Richtlinie bedarf die Speicherung von und der Zugriff auf Informationen auf den Endgeräten der Nutzer, deren Einwilligung!

Umfasst sind:

Cookies

Web Storage W

eb-Beacons

Lokale Software

Device Fingerprinting

Ausnahmen:

- Notwendige Übertragung von Daten
- Notwendig, um den Dienst zur Verfügung zu stellen

LERNERFOLGSKONTROLLE

- Ihre Website sammelt auf einem Kontaktformular E-Mail-Adressen und Namen von Kunden ein, zusammen mit einer Kundenanfrage. Die erhobenen Daten werden von Ihnen nur dazu verwendet, den Kunden zu antworten. Danach werden sie gelöscht.
 - Dürfen Sie dies? Brauchen Sie eine Einwilligung?
 - Was müssen Sie sonst noch beachten?
- Ihre Website platziert auf dem Endgerät der Nutzer ein Cookie, durch das Sie nachvollziehen können, welche Unterseiten der Nutzer besucht. Hierdurch wollen Sie feststellen, welche Seiten besonders gut ankommen.
 - Dürfen Sie dies? Brauchen Sie eine Einwilligung?
 - Was müssen Sie sonst noch beachten?

A blurred background image showing several people in a meeting or office setting. One person in the foreground is holding a laptop. The overall tone is professional and collaborative.

TEIL 4

WERBUNG AUF SOCIAL MEDIA ALIAS „INFLUENCER MARKETING“

A. GRUNDLAGEN



♥ 156.165 „Gefällt mir“-Angaben

bibisbeautypalace Aaahh 🥰🌴 ich bin in den neuen @neckermann_reisen Katalogen 🥰👉♥
#machtsmöglich
alle 9559 Kommentare anzeigen

Quelle: <https://www.instagram.com/p/uiiTVuE8XK/?hl=de>

B. RECHTLICHE REGELUNGEN

Ratio: „Schutz der Integrität der Entscheidungsfindung“

Grundsatz: Werbung als solche muss erkennbar sein, sonst handelt es sich um unzulässige „Schleichwerbung“

Gesetzliche Grundlagen:

Trennungsgrundsatz nach dem Telemediengesetz (§ 6 Abs. 1 Nr. 1 TMG):

„Kommerzielle Kommunikationen müssen klar als solche zu erkennen sein.“

Wettbewerbsverstoß nach § 5a Abs.6 UWG:

*„Unlauter handelt derjenige, der den **kommerziellen Zweck** einer **geschäftlichen Handlung** nicht kenntlich macht, sofern sich dieser **nicht unmittelbar aus den Umständen** ergibt, und das Nichtkenntlichmachen geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte “*

B. RECHTLICHE REGELUNGEN

- **Wann liegt Kommerzielles Interesse und eine geschäftliche Handlung vor? § 2 Abs. 1 Nr .1 UWG**
 - Förderung des eigenen oder fremden Absatzes
 - Ausnahme: Kommerzielles Interesse offensichtlich
- **Geschäftliche Handlungen in Social Media**
 - Entgelt (Rabatte, Zugaben) für Produkt
 - unentgeltliche Produktüberlassung, wenn
 - Produkt im Mittelpunkt des Beitrags
 - Bedeutender Wert
 - Unternehmen nimmt Einfluss auf Inhalt
 - Affiliate Links
 - Umstritten: Sonstige Links/ Tags

B. RECHTLICHE REGELUNG

Folge: Kennzeichnungspflicht unabhängig von Medium

Wie? Durchschnittlich informierter Nutzer muss kommerziellen Zweck erkennen

- Anzeige
- Werbung
- Bezahlte Partnerschaft (bei Instagram)

nicht: sponsored by, #ad, #advertisement

Wo? Anfang des Textbeitrags oder des Bildes/ bei Videobeitrag solange „Werbeblock“

Eigenkauf



Keine Kenn-
zeichnungs-
pflichten
bei redaktionellen
Inhalten

Kostenlose Zusendung des
Produkts



Produkt im
Mittelpunkt

#werbung
#anzeige

oder

„unterstützt durch“
und mündlicher
Hinweis



Produkt **nicht** im
Mittelpunkt

Produkt
geringwertig
wohl kein Hinweis

Produkt nicht
geringwertig
Product Placement

Gegenleistung



Produkt im
Mittelpunkt

#werbung
#anzeige

oder

Dauerwerbesendung
(bei Videos)



Produkt **nicht** im
Mittelpunkt

#werbung
#anzeige
Product Placement

C. VERTRAGSGESTALTUNG

Kooperationsvertrag mit Influencer:

- Leistungsgegenstand
- Umfang / Produkt / Kampagne
- Nutzungsrechte (Medien / Bearbeitung / Sprache etc.)
- Sponsoringleistung
- Mitwirkungspflichten (Produktion / Promotion Termine)
- **Einhaltung Transparenzpflichten, sonst Risikoverteilung**
- Exklusivität bestimmtes Produkt / Dienstleistung
- **Geheimhaltungspflichten**

Grund: Unternehmen haften nach § 8 Abs. 2 UWG auch für Verstöße von beauftragten Bloggern und Influencern!

A blurred background image showing several people in a meeting. In the foreground, a person's hands are holding a laptop. In the background, two people are standing and talking. The overall scene is brightly lit, suggesting an indoor office or meeting room environment.

ZUSAMMENFASSUNG

RESÜMEE

Alle Aufatmen: **Die Nutzung von Social Media ist auch legal möglich!**

Aufpassen bei:

Haftungsfalle Blog-/Account-Name

Impressumspflicht

Beachte Urheberrechte Dritter

Kennzeichnung bei Werbung

Datenschutz insb. Tracking und Social Media Plugins

LITERATUR



www.kurzlink.de/smbuch

MENOLD BEZLER

Rechtsanwälte Partnerschaft mbB

Rheinstahlstraße 3 · 70469 Stuttgart

Heilbronner Straße 190 · 70191 Stuttgart

Tel +49 711 86040 00

Fax +49 711 86040 01

kontakt@menoldbezler.de

www.menoldbezler.de

MITTELSTAND IM MITTELPUNKT®

The background of the slide is a blurred photograph of several people in a meeting. In the foreground, a person's hands are visible, holding a laptop. The people in the background are wearing light-colored shirts, and the overall scene is brightly lit, suggesting an indoor office or conference room environment.

TEIL 5

ÄUßERUNGSRECHT

WAS DARF ICH SAGEN UND WAS NICHT

A. ÄUßERUNGSRECHT

INHALTE

Grundsatz:

Art. 5 GG schützt die Meinungsfreiheit unabhängig von Qualität oder auch Anonymität

- Differenzierung zwischen Tatsachenbehauptung und Meinungsäußerung
- Tatsachen sollten wahr, Meinungsäußerungen sollten vertretbar sein

Grenze: Grundrechte Dritter (Abwägung!) und allgemeine Gesetze

A. ÄUßERUNGSRECHT

ABSOLUTE GRENZEN / BESONDERHEITEN

- Unwahre Tatsachenbehauptungen
- Formalbeleidigungen
- Schmähkritik

A. ÄUßERUNGSRECHT

VERANTWORTUNG FÜR RECHTSWIDRIGE INHALTE DRITTER

- virtuelles Hausrecht von Betreibern von Internetplattformen, bei denen Dritte eigene Inhalte einstellen können (z.B. Blog mit Kommentarfunktion, Forum etc.)
- gesetzliche Störerhaftung sog. notice-and take down-Verfahren (§ 10 TMG)
- Vertragliche Nutzungsbedingungen (AGB)
- Rechte? Löschung einzelner Beiträge, Kündigung des Nutzungsverhältnisses, virtuelles Hausverbot, Sperrung von Nutzerkonten
- Grenzen: Willkür, Meinungsfreiheit, Diskriminierung

The background of the slide is a blurred photograph of several people in a meeting. In the foreground, a person's hands are visible, holding a laptop. The people in the background are wearing light-colored shirts, and the overall scene is brightly lit, suggesting an indoor office or conference room environment.

TEIL 6 RECHT AM EIGENEN BILD

B. RECHT AM EIGENEN BILD

Das Recht am eigenen Bild besagt, dass grundsätzlich jeder Mensch selbst darüber bestimmen darf, ob und in welchem Zusammenhang Bilder oder Bildnisse von ihm erstellt und veröffentlicht werden.

Rechtsgrundlage: KUrHG vs. Datenschutz

1. Erstellen von Fotos

- Datenschutzrechtliche Erlaubnis (Einwilligung, Vertrag, berechtigte Interessen)
- Information der Abgebildeten

2. Veröffentlichung von Fotos (§§ 22,23 KurhG bzw. Art. 6 DSGVO)

Grundsatz: Einwilligung des/der Abgebildeten

Vermutung für Einwilligung: Abbildungen gegen Entgelt

Ausnahmen: Bilder + Videos von Prominenten (Vorsicht bei Nutzung zu Werbezwecken!), Personen als Beiwerk, Bilder von Veranstaltungen