

Rechtskonformes Verhalten im Netz: Datenschutz, Urheberrechte und Co.

RA und FA IT-Recht Stefan Lutz, LL.M.

IT-Kanzlei Lutz Ravensburg/Bremen

Stefan Lutz, LL.M

Rechtsanwalt

Fachanwalt für IT-Recht

Externer Datenschutzbeauftragter

Seit 2004 bundesweite Beratung
von Firmen im gesamten IT-Recht.

Beratung im Datenschutz,
der Umsetzung der DSGVO
in Unternehmen sowie im
Marken- und Urheberrecht.

Ravensburg

Bachstrasse 3

88214 Ravensburg

T 07 51/27 088 53-0

www.datenschutz-rv.de

Bremen

Teerhof 59

28199 Bremen

T 04 21/40 892 66-0

www.hb-law.de



IT-KANZLEI LUTZ

ANWALT FÜR IT-RECHT



Agenda

1. Impressumspflicht
2. UrhG, KUG, DSGVO
3. Werbekennzeichnung
4. Handlungsempfehlungen
5. Q&A

Impressumspflicht

Impressumspflicht

- Impressum dient dazu, den Verantwortlichen zu identifizieren
- Bei rechtlichen Streitigkeiten soll es möglich sein, den Anspruchsgegner zu bestimmen
- Rechtssicherheit und effektiver Rechtsschutz
- Auch für Social Media-Profil kann diese Pflicht bestehen
- Anbieter ist der Betreiber des Profils, nicht der Plattformbetreiber
- Werden Rechte Dritter verletzt, kann man sich an die im Impressum genannte Person/Firma wenden



Impressumspflicht

- Wenn geschäftsmäßig genutzt oder dort journalistische Inhalte bereitgestellt werden → Pflicht zum Impressum
- Geschäftsmäßig immer dann, wenn kommerzielle Zwecke verfolgt oder mit Gewinnerzielungsabsicht genutzt wird
- Bei rein privat genutzten Accounts kein Impressum notwendig
- Schwieriger ist die Abgrenzung bei Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens (Sportler, Politiker).
- Wenn öffentliche Accounts → geschäftsmäßige Nutzung
- Bei journalistischen Inhalten → Impressumspflicht

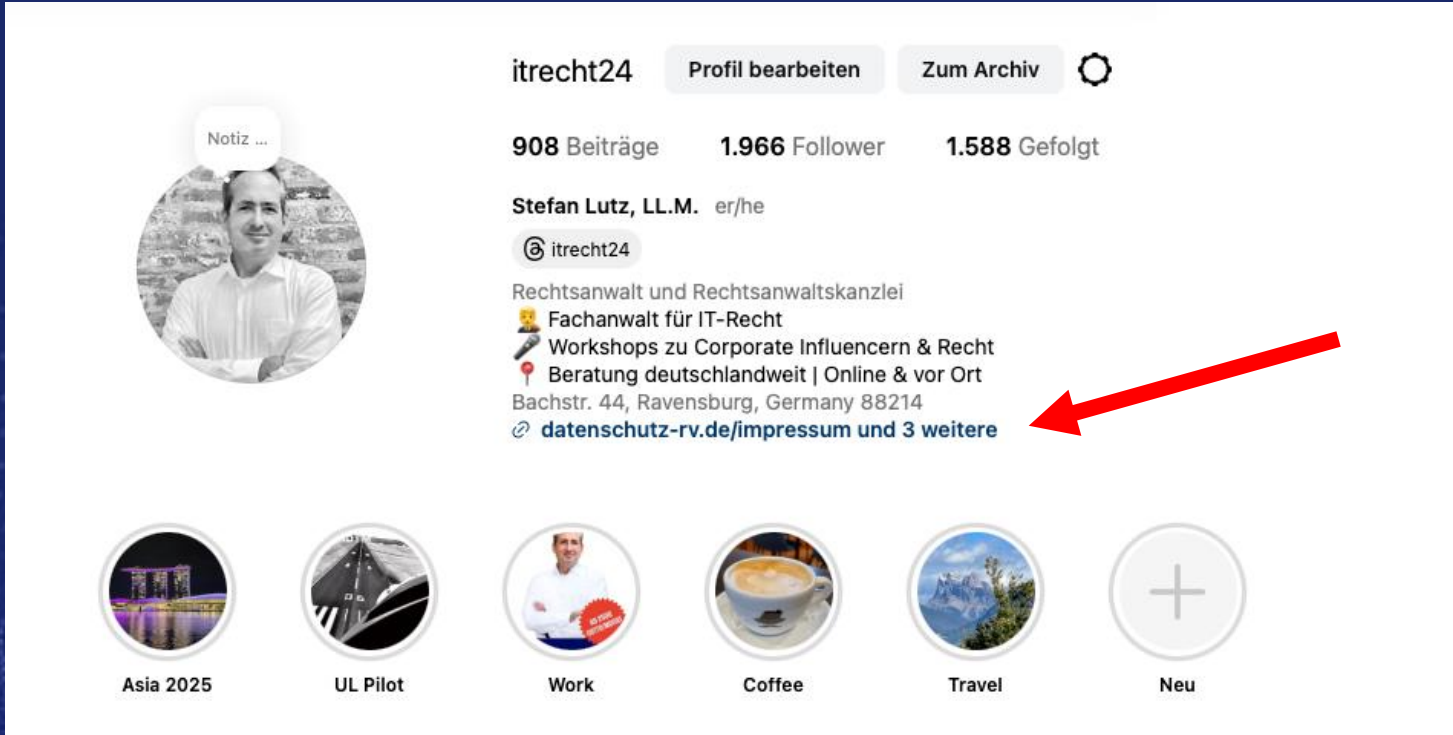


Impressumspflicht

- Einbindung Impressum
 - Leicht erkennbar
 - Unmittelbar erreichbar
 - Ständig verfügbar
 - Leicht erkennbar, wenn es einfach wahrzunehmen ist (ohne langes suchen)
 - Bezeichnung als “Impressum” empfehlenswert
 - Unmittelbar erreichbar → maximal 2 Klicks



Impressumspflicht



The screenshot shows a LinkedIn profile for 'itrecht24' (Stefan Lutz, LL.M.). The profile includes a profile picture, a cover photo, and a bio. A red arrow points to the link 'datenschutz-rv.de/impressum und 3 weitere' in the bio.

itrecht24 Profil bearbeiten Zum Archiv ⚙️

908 Beiträge 1.966 Follower 1.588 Gefolgt

Stefan Lutz, LL.M. er/he

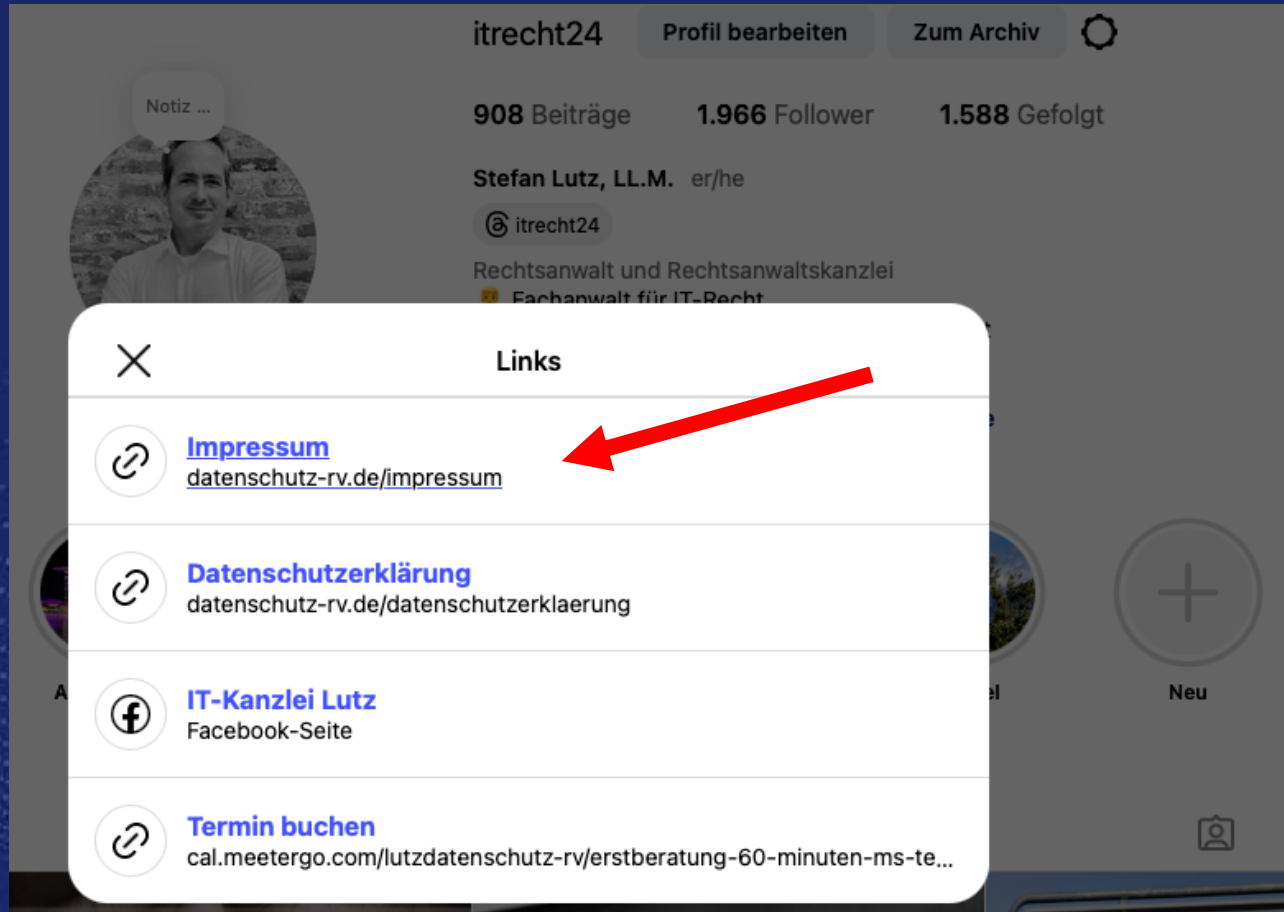
itrecht24

Rechtsanwalt und Rechtsanwaltskanzlei
👤 Fachanwalt für IT-Recht
🔧 Workshops zu Corporate Influencern & Recht
📍 Beratung deutschlandweit | Online & vor Ort
Bachstr. 44, Ravensburg, Germany 88214
🌐 [datenschutz-rv.de/impressum und 3 weitere](#)

Asia 2025 UL Pilot Work Coffee Travel Neu




Impressumspflicht



Impressumspflicht

Profil bearbeiten



itrecht24
Stefan Lutz, LL.M.


Foto ändern

Website

[datenschutz-rv.de/impressum + 2](#)

Du kannst Links nur über ein Mobilgerät bearbeiten. Verwende die Instagram-App, um die Website in deiner Bio zu ändern.

Bio

 Fachanwalt für IT-Recht
Workshops zu Corporate Influencern & Recht
Beratung deutschlandweit | Online & vor Ort

122 / 150

Threads-Abzeichen anzeigen

Threads-Abzeichen anzeigen

☐



Impressumspflicht

The screenshot displays the Facebook profile of 'IT-Kanzlei Lutz'. The profile header includes a circular profile picture of a man in a suit, the name 'IT-Kanzlei Lutz', and follower statistics '168 Follower · 14 Gefolgt'. Action buttons for 'WhatsApp', 'Nachricht senden', and 'Folgen' are visible. Below the header, the 'Info' tab is selected, showing a list of links: 'Kontaktinformationen und allgemeine Infos', 'Infos zu Datenschutz und Rechtlichem', 'Seitentransparenz', and 'Details über IT-Kanzlei Lutz'. The 'Kontaktinfos' section contains a map of Ravensburg, Germany, and the following details: 'Bachstraße 44, Ravensburg, Germany, 88214' (Adresse), 'Ravensburg' (Servicegebiet), '0751 27088530' (Handy), and 'info@datenschutz-rv.de' (E-Mail). The 'Websites und Social Links' section shows a link to 'https://www.datenschutz-rv.de/impressum' (Website), which is highlighted by a red arrow.


IT-Kanzlei Lutz
168 Follower · 14 Gefolgt

WhatsApp Nachricht senden Folgen

Beiträge Info Erwähnungen Bewertungen Reels Fotos Mehr

Info
Kontaktinformationen und allgemeine Infos
Infos zu Datenschutz und Rechtlichem
Seitentransparenz
Details über IT-Kanzlei Lutz

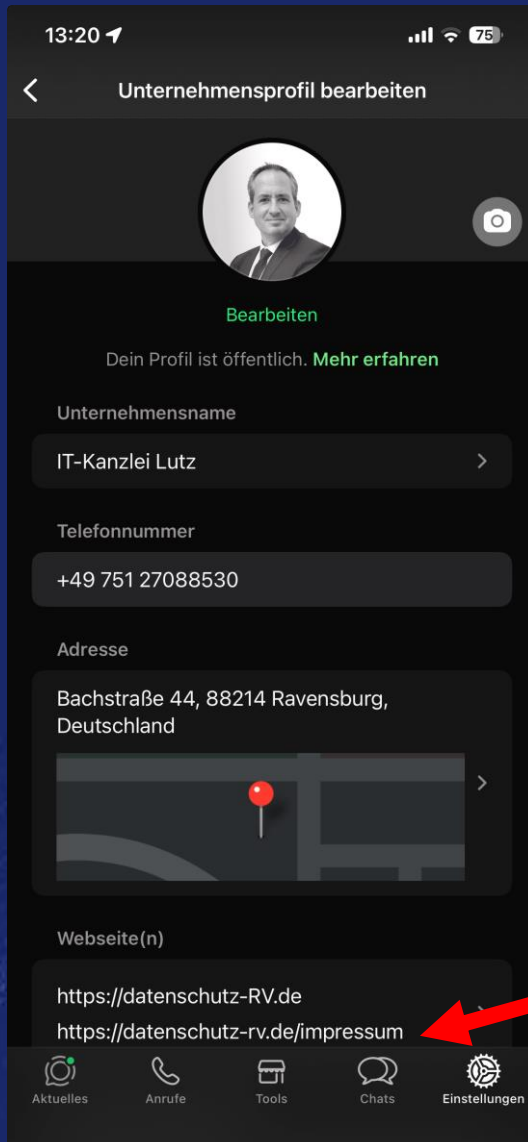
Kategorien
Rechtsanwalt und Rechtsanwaltskanzlei

Kontaktinfos

Bachstraße 44, Ravensburg, Germany, 88214
Adresse
Ravensburg
Servicegebiet
0751 27088530
Handy
info@datenschutz-rv.de
E-Mail

Websites und Social Links
<https://www.datenschutz-rv.de/impressum>
Website



Impressumspflicht



Impressumspflicht

- Was muss rein?
- § 5 DDG
- (1) Diensteanbieter haben für geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene digitale Dienste folgende Informationen, die leicht erkennbar und unmittelbar erreichbar sein müssen, ständig verfügbar zu halten:
 1. den Namen und die Anschrift, unter der sie niedergelassen sind, bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform, den Vertretungsberechtigten und, sofern Angaben über das Kapital der Gesellschaft gemacht werden, das Stamm- oder Grundkapital sowie, wenn nicht alle in Geld zu leistenden Einlagen eingezahlt sind, der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen,
 2. Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und eine unmittelbare Kommunikation mit ihnen ermöglichen, einschließlich der Adresse für die elektronische Post,
 3. soweit der Dienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde,
 4. die Angabe des Handelsregisters oder ähnlicher Register, in das sie eingetragen sind, und die entsprechende Registernummer,



Impressumspflicht

- Was muss rein?
- § 5 DDG
- 5. soweit der Dienst angeboten oder erbracht wird in Ausübung eines Berufs im Sinne von Artikel 1 Buchstabe d der Richtlinie 89/48/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 über eine allgemeine Regelung zur Anerkennung der Hochschuldiplome, die eine mindestens dreijährige Berufsausbildung abschließen (ABl. L 19 vom 24.1.1989, S. 16), oder im Sinne von Artikel 1 Buchstabe f der Richtlinie 92/51/EWG des Rates vom 18. Juni 1992 über eine zweite allgemeine Regelung zur Anerkennung beruflicher Befähigungsnachweise in Ergänzung zur Richtlinie 89/48/EWG (ABl. L 209 vom 24.7.1992, S. 25; L 17 vom 25.1.1995, S. 20), die zuletzt durch die Richtlinie 2006/100/EG (ABl. L 363 vom 20.12.2006, S. 141) geändert worden ist, Angaben über
 - a) die Kammer, der die Diensteanbieter angehören,
 - b) die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist,
 - c) die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und die Angabe, wie diese Regelungen zugänglich sind,



Impressumspflicht

- Was muss rein?
- § 5 DDG
- 6. in Fällen, in denen sie eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a Absatz 1 Satz 1, 2 oder 3 des Umsatzsteuergesetzes oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer nach § 139c Absatz 1 der Abgabenordnung besitzen, die Angabe dieser Nummer,
- 7. bei Aktiengesellschaften, Kommanditgesellschaften auf Aktien und Gesellschaften mit beschränkter Haftung, die sich in Abwicklung oder Liquidation befinden, die Angabe hierüber,
- 8. bei Anbietern von audiovisuellen Mediendiensten die Angabe
 - a) des Mitgliedstaats, der für sie Sitzland ist oder als Sitzland gilt sowie
 - b) der zuständigen Regulierungs- und Aufsichtsbehörden.
- (2) Weitergehende Informationspflichten nach anderen Rechtsvorschriften bleiben unberührt.



Impressumspflicht

Impressum nach § 5 DDG

Impressum

1. Angaben gemäß § 5 Digitale-
Dienste-Gesetz

Name des Anbieters:

...

Rechtsform, Registrierung, Sitz:

...



Impressumspflicht

Impressum nach § 5 DDC

(Die ... GmbH ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach Maßgabe des GmbH-Gesetzes mit Sitz in ..., eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts ... unter der Nummer HRB ...)

(Die ... GmbH & Co. KG ist eine Kommanditgesellschaft nach Maßgabe des Handelsgesetzbuches mit Sitz in ..., eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts ... unter der Nummer HRA ...)

(Die ... AG ist eine Aktiengesellschaft nach Maßgabe des Aktiengesetzes mit Sitz in ..., eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts ... unter der Nummer HRB ...)

(Der ... e.V. ist ein eingetragener Verein nach den Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuches mit Sitz in ..., eingetragen im Vereinsregister des Amtsgerichts... unter der Nummer VR ...)



Impressumspflicht

Impressum nach § 5 DDC

(Die ... eG ist eine eingetragene Genossenschaft nach den Vorschriften des Genossenschaftsgesetzes mit Sitz in ..., eingetragen im Genossenschaftsregister des Amtsgerichts ... unter der Nummer GnR ...)

(Die ... GbR ist eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts nach den Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuches mit Sitz in ...)

(... e.K. ist ein kaufmännisches Einzelunternehmen nach Maßgabe des Handelsgesetzbuches mit Sitz in ..., eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts ... unter der Nummer HRA ...)

(Die ...-Stiftung ist eine rechtsfähige Stiftung nach den Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuches und des Landes-Stiftungsgesetzes ..., registriert im Stiftungsverzeichnis des Landes ... und als gemeinnützige Stiftung anerkannt. Stifter/in ist/sind ...)



Impressumspflicht

Impressum nach § 5 DDG

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer (§ 27a des Umsatzsteuergesetzes):

DE ...

(Vertretungsberechtigter) / (Inhaber):

...

Postanschrift:

...

Kontaktdaten:

E-Mail: ...

Telefon:...

Telefax: ...

Internetseite: ...

(Kundenservice: ...)

(Technische Hotline: ...)



Impressumspflicht

Impressum nach § 5 DDC

(Aufsichts- bzw. Regulierungsbehörde:)

...

(Industrie- und Handelskammer ... (Ort), (Anschrift),
(Link zur Website))

(Ordnungs-/Gewerbeamt ... (Ort), (Anschrift), (Link
zur Website))

(Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht ...
(Anschrift), (Link zur Website))

(Landesmedienanstalt ... (Bundesland), (Anschrift),
(Link zur Website) / Sitzland: Deutschland)

(Stiftungsbehörde ... (Ort), (Anschrift), (Link zur
Website))



Impressumspflicht

Impressum nach § 5 DDG

(Berufsrechtliche Regelungen:)

...

(Für die in Deutschland zugelassenen Rechtsanwälte sind die maßgeblichen berufsrechtlichen Regelungen insbesondere die Bundesrechtsanwaltsordnung (BRAO), die Berufsordnung für Rechtsanwälte (BORA), das Rechtsanwaltsvergütungsgesetz (RVG), die Fachanwaltsordnung sowie die Berufsregeln der Rechtsanwälte der Europäischen Gemeinschaft, das Gesetz über die Tätigkeit europäischer Rechtsanwälte (EuRAG). Diese sind abrufbar unter www.gesetze-im-internet.de bzw. auf der Website der Bundesrechtsanwaltskammer unter www.brak.de.)

(Für die in Deutschland zugelassenen Steuerberater sind die maßgeblichen berufsrechtlichen Regelungen insbesondere das Steuerberatungsgesetz (StBerG), die Durchführungsverordnung zum Steuerberatungsgesetz (DVStB), die Berufsordnung der Bundessteuerberaterkammer (BOSTB) und die Steuerberatervergütungsverordnung (StBVV). Diese sind abrufbar unter www.gesetze-im-internet.de bzw. auf der Website der Bundessteuerberaterkammer unter www.bstbk.de.)



Impressumspflicht

Impressum nach § 5 DDG

(Berufsrechtliche Regelungen:)

...

(Für die in Deutschland zugelassenen Notare sind die maßgeblichen berufsrechtlichen Regelungen insbesondere die Bundesnotarordnung (BNotO), das Beurkundungsgesetz (BeurkG), die Dienstordnung für Notarinnen und Notare (DONot), die Kostenordnung (KO), die Richtlinien der zuständigen Notarkammern und der Europäische Kodex des notariellen Standesrechts. Diese sind abrufbar unter www.gesetze-im-internet.de bzw. auf der Website der Bundesnotarkammer unter www.bnotk.de.)

(Für die in Deutschland zugelassenen Architekten in (Bundesland) sind die maßgeblichen berufsrechtlichen Regelungen insbesondere das Architektengesetz für (Bundesland), die Honorarordnung für Architekten und Ingenieure (HOAI) und die Berufsordnung für Architekten für (Bundesland). Diese sind abrufbar unter www.gesetze-im-internet.de bzw. auf der Website der Landesarchitektenkammer für (Bundesland) unter ... (Link).)



Impressumspflicht

Impressum nach § 5 DDG

(Berufsrechtliche Regelungen:)

...

(Für die in Deutschland zugelassenen Zahnärzte in (Bundesland) sind die maßgeblichen berufsrechtlichen Regelungen insbesondere das Zahnheilkundengesetz (ZHG), die Approbationsordnung für Zahnärzte (ZAPrO), das Heilberufe-Kammergesetz für (Bundesland), die Gebührenordnung für Zahnärzte (GOZ) und die Berufsordnung für Zahnärzte für (Bundesland). Diese sind abrufbar unter www.gesetze-im-internet.de bzw. auf der Website der Landes Zahnärztekammer für (Bundesland) unter ... (Link).)

(Kammermitgliedschaft:)

...

(Rechtsanwaltskammer ... (Ort), ... (Anschrift))

(Steuerberaterkammer ... (Ort), ... (Anschrift))

(Notarkammer ... (Ort), ... (Anschrift))

(Patentanwaltsskammer ... (Ort), ... (Anschrift))

(Wirtschaftsprüferkammer ... (Ort), ... (Anschrift))

(Ärztekammer ... (Ort), ... (Anschrift))

(Landesarchitektenkammer ... (Bundesland), ... (Anschrift))



Impressumspflicht

Impressum nach § 5 DDG

2. Weitere rechtliche Angaben

(Verantwortlicher gemäß § 18 Abs. 2
Medienstaatsvertrag:)

... (Name), ... (Anschrift)

(Information gemäß § 2 Dienstleistungs-
Informationsverordnung:)

...

(Für von uns erbrachte Leistungen gelten
unsere AGB. Sie finden sie unter ... (Link). Darin
ist geregelt, dass deutsches Recht
Anwendung findet und dass, soweit zulässig,
als Gerichtsstand ... vereinbart wird.)



Impressumspflicht

Impressum nach § 5 DDG

2. Weitere rechtliche Angaben

(Berufshaftpflichtversicherung:)

...

(Berufshaftpflichtversichert sind wir bei der ... (Name der Versicherung und Anschrift). Unsere Versicherung gilt für ... (Räumlicher Geltungsbereich).)



Impressumspflicht

Impressum nach § 5 DDC

2. Weitere rechtliche Angaben

(Informationen zur außergerichtlichen Streitbeilegung nach § 36 Verbraucherstreitbeilegungsgesetz:)

((Name des Anbieters) nimmt nicht an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teil und wir sind dazu auch nicht verpflichtet.)

(Zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle sind wir nicht verpflichtet. Dennoch ist (Name des Anbieters) zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle grundsätzlich bereit.)



Impressumspflicht

Impressum nach § 5 DDC

2. Weitere rechtliche Angaben

((Name des Anbieters) nimmt an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teil. Zuständig ist die Universalschlichtungsstelle des Zentrums für Schlichtung e.V., Straßburger Straße 8, 77694 Kehl am Rhein (<https://www.verbraucher-schlichter.de>).)

((Name des Anbieters) ist gemäß (gesetzliche Vorschrift) verpflichtet, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen. Zuständig ist die (Name der Schlichtungsstelle), (Adresse der Schlichtungsstelle), (Webseite der Schlichtungsstelle).)



Impressumspflicht

Impressum nach § 5 DDC

2. Weitere rechtliche Angaben

(Informationen zur Streitbelegung im Anwendungsbereich von Art. 21 der Verordnung (EU) 2022/2065 – Digital Services Act (DSA):)

(Wenn wir in Bezug auf Inhalte oder ein Nutzerkonto als Reaktion auf eine DSA-Mitteilung eine Entscheidung getroffen haben, mit der Sie nicht einverstanden sind, können Sie gegen eine solche Entscheidung direkt bei uns Widerspruch einlegen. Sie haben auch das Recht, sich an eine zertifizierte außergerichtliche Schlichtungsstelle zu wenden. Falls eine der zertifizierten außergerichtlichen Schlichtungsstellen uns kontaktieren muss, sollten die oben wiedergegebenen Kontaktdaten verwendet werden.)



Impressumspflicht

Impressum nach § 5 DDG

2. Weitere rechtliche Angaben

Social Media-Profile

Dieses Impressum gilt auch für folgende Social Media-Profile:

- ... (Name des Social Media-Anbieters): ... (Link zum Profil)
- ...



UrhG, KUG, DSGVO



UrhG

UrhG

- Urheberrechtliche Rechteeinräumung durch die Plattform-AGB
- Instagram:

4.3 Diese Berechtigungen erteilst du uns. Im Rahmen unserer Vereinbarung erteilst du uns auch Berechtigungen, die wir für die Bereitstellung des Dienstes benötigen.

Wir beanspruchen nicht das Eigentum an deinen Inhalten, sondern du gewährst uns eine Lizenz, sie zu nutzen.

Es ändert sich nichts in Bezug auf deine Rechte an deinen Inhalten. Wir beanspruchen nicht das Eigentum an deinen Inhalten, die du auf dem bzw. über den Dienst postest. Du kannst deine Inhalte also nach Belieben mit anderen teilen, wo immer du das möchtest. Für die Bereitstellung des Dienstes benötigen wir jedoch bestimmte gesetzliche Berechtigungen (eine so genannte „Lizenz“) von dir. Wenn du

Inhalte, die durch geistige Eigentumsrechte geschützt sind (wie Fotos oder Videos), auf oder in Verbindung mit unserem Dienst teilst, postest oder hochlädst, räumst du uns hiermit eine nicht-exklusive, übertragbare, unterlizenzierbare und weltweite Lizenz ein, 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, damit wir den Instagram-Dienst zur Verfügung stellen können. Diese Lizenz endet, wenn deine Inhalte aus unseren Systemen gelöscht werden. Du kannst Inhalte einzeln oder alle gleichzeitig (durch Löschung deines Kontos) löschen. Um mehr darüber zu erfahren, wie wir Informationen verwenden und wie du deine Inhalte kontrollieren oder löschen kannst, lies bitte die Datenschutzrichtlinie und besuche den Instagram-Hilfebereich.



UrhG

- Urheberrechtliche Rechteeinräumung durch die Plattform-AGB
- Facebook:
 1. Deine Inhalte: Du behältst das Eigentum an den von dir auf Facebook und den anderen von dir genutzten, erstellten und geteilten Inhalten. Außerdem nimmt dir kein Bestandteil dieser Nutzungsbedingungen die dir hinsichtlich deiner eigenen Inhalte zustehenden Rechte. Du kannst deine Inhalte nach Belieben mit anderen teilen, wo immer du das möchtest. Damit wir unsere Dienste bereitstellen können, ist es jedoch erforderlich, dass du uns einige gesetzliche Berechtigungen zur Verwendung solcher Inhalte erteilst.
 2. Berechtigung zur Verwendung der von dir erstellten und geteilten Inhalte: 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, räumst du uns eine nicht-ausschließliche, übertragbare, unterlizenzierbare und weltweite Lizenz ein, deine Inhalte (gemäß deinen und 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 erteilst, es zu speichern, zu kopieren und mit anderen zu teilen (wiederum im Einklang mit deinen Einstellungen). Dies können z. B. Meta-Produkte oder Dienstleister sein, die diese von dir genutzten Produkte und Dienste unterstützen.
 - Du kannst diese Lizenz jederzeit beenden, indem du deine Inhalte oder dein Konto löschst.



UrhG

- Urheberrechtliche Rechteeinräumung durch die Plattform-AGB
- WhatsApp
- Die Lizenz von dir gegenüber WhatsApp. Damit wir unsere Dienste betreiben und bereitstellen können, gewährst du WhatsApp eine weltweite, nicht-exklusive, gebührenfreie, unterlizenzierbare und übertragbare Lizenz zur Nutzung, Reproduktion, Verbreitung, Erstellung abgeleiteter Werke, Darstellung und Aufführung der Informationen (einschließlich der Inhalte), die du auf bzw. über unsere/n Dienste/n hochlädst, übermittelst, speicherst, sendest oder empfängst. Die von dir im Rahmen dieser Lizenz gewährten Rechte beschränken sich auf den Zweck, unsere Dienste zu betreiben und bereitzustellen (beispielsweise uns zu gestatten, dein Profilbild und deine Statusmeldung anzuzeigen, deine Nachrichten zu übermitteln und deine nicht zugestellten Nachrichten für bis zu 30 Tage auf unseren Servern zu speichern, während wir versuchen, sie zuzustellen).



UrhG

- Urheberrechtliche Rechteeinräumung durch die Plattform-AGB
- Dreh- und Angelpunkt: Rechte Dritter
- Insbesondere Urheberrecht
- Gesetzlich geregelt im Urheberrechtsgesetz (UrhG)
- Dort ist geregelt,
 - Was geschützt ist und
 - Wie der Verletzte im Fall eines Rechtsverstoß vorgehen kann



UrhG

- Urheberrechtliche Rechteeinräumung durch die Plattform-AGB

§ 2 Geschützte Werke

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.



UrhG

- Urheberrechtliche Rechteeinräumung durch die Plattform-AGB
- § 2 Abs. 2 UrhG: Werke im Sinne dieses Gesetzes sind nur **persönliche geistige Schöpfungen**.
- Künstliche Intelligenz ≠ eigene persönliche geistige Schöpfung
- Mit Hilfe von KI generierte Inhalte sind urheberrechtlich nicht geschützt!
- Problem: KI nutzt urheberrechtlich geschützte Werke und nutzt z.B. bei GitHub CoPilot auch urheberrechtlich geschützten Code!
- Bloße Idee ist ebenfalls nicht geschützt
- Es bedarf irgendeiner Umsetzung
- Problematisch ebenfalls Schöpfungshöhe



UrhG

Probleme bei der Nutzung

- Wesentlicher Bestandteil von Social Media wie Facebook, Instagram, Twitter oder YouTube ist das Posten, Teilen und Verlinken bestimmter Inhalte auf der eigenen oder fremden Seite
- Klick ist schnell gemacht
- Fremder Inhalt wird so schnell den eigenen Followern/Freunden zugänglich gemacht, ohne sich zu fragen, ob dies rechtlich zulässig ist
- Eigene Inhalte wie Fotos, Texte u.ä. Problemlos möglich
- Bei Inhalten anderer Personen → Einwilligung erforderlich, sofern urheberrechtlich geschützte Inhalte
- Einwilligung kann ausdrücklich oder konkludent erfolgen
- Konkludente Einwilligung → Einzelfallbetrachtung notwendig
- Wenn offensichtlich gewünscht wird, dass Inhalt geteilt wird (+)
- Ansonsten nicht eindeutig feststellbar
- Letztendlich Haftungsfrage



UrhG

Lizenz zur Nutzung von Inhalten in Social Media

- Bei Nutzung fremder Werke muss der Rechteinhaber zustimmen
- Einholung von Einwilligungen → rechtlich Lizenzen
- In der Regel nicht allumfassend
- Umfang und Verwendungsart wird genau festgelegt
- Bei Überschreitung des Umfangs → Urheberrechtsverletzung!
- Erwerber der Lizenz muss also vorher genau wissen, wozu er die Lizenz benötigt
- Auf welche Art und in welchem Umfang soll das Werk veröffentlicht werden?
- Soll es umgestaltet oder bearbeitet werden?
- Ist eine Vervielfältigung gewollt? (Im Internet zwangsläufig notwendig)
- Ausarbeitung eines Lizenzkonzepts notwendig!
- Beachte: Facebook und Co sind international abrufbare Plattformen!



UrhG

Lizenz zur Nutzung von Inhalten in Social Media

- Auftragsfotografen fertigen speziell für den Auftraggeber Fotos an
- Bildagenturen haben vorproduzierte Bilder auf Vorrat (in stock)
- Lizenzpflichtige und lizenzfreie Bilder erhältlich
- Lizenzfreie Bilder (**RF – royalty free**) bestimmt sich Preis nach Bildgröße
- Nutzung des Bildes nach Zahlung des Preises unbegrenzt nutzbar
- Lizenzpflichtige Bilder (**RM – rights managed**) richtet sich Preis nach Nutzungsart, Auflage und Verbreitungsraum
- Genauer Benutzungsrahmen wird vorgegeben



UrhG

Lizenz zur Nutzung von Inhalten in Social Media

- Lizenzbedingungen regeln auch, ob und wie ein Urheberrechtsvermerk neben dem Bild angebracht werden muss
- § 13 UrhG bestimmt, dass Urheber Recht auf Anerkennung seiner Urheberschaft hat



UrhG

Lizenz zur Nutzung von Inhalten in Social Media

- Jede Fotoagentur hat eigene, individuelle Lizenzbestimmungen, die sich nicht nur hinsichtlich der Nennung des Urhebers deutlich unterscheiden.
- Vor der Nutzung eines Fotos sollten die Lizenzbedingungen daher genauestens studiert werden.
- Eventuelle Unklarheiten sind unbedingt vor Verwendung eines Fotos abzuklären.
- Ansonsten kann z.B. bei unterbliebener Urhebernennung ein eigentlich kostenlos nutzbares Foto schnell hunderte Euro kosten.



UrhG - Pixabay

UrhG

- Urheberrecht Beispiel Pixabay:

Inhaltslizenz für andere Inhalte (nicht CC0), die dir gewährt wird

Wenn du Inhalte vom Service herunterlädst, die keine CC0-Inhalte sind, gewähren wir dir ein unwiderrufliches, weltweites, zeitlich (soweit gesetzlich zulässig) unbegrenztes, nicht exklusives und gebührenfreies Recht, die Inhalte für kommerzielle oder nichtkommerzielle Zwecke herunterzuladen, zu nutzen, zu kopieren, zu verändern oder anzupassen („Inhaltslizenz“), vorbehaltlich der unten beschriebenen verbotenen Nutzungen (denen du zustimmst und für die du anerkennt, dass du diese nicht ausüben darfst). Die gewährten Rechte sind nicht exklusiv, was bedeutet, dass wir anderen Nutzern dieselben Rechte an denselben Inhalten einräumen können. Zur Klarstellung sei darauf hingewiesen, dass du keine Rechte an den Mitteilungen anderer Nutzer erhältst.



UrhG

- Urheberrecht Beispiel Pixabay:

Inhaltslizenz für andere Inhalte (nicht CC0), die dir gewährt wird

Vor der Nutzung von Inhalten (einschließlich CC0-Inhalte) musst du prüfen, ob du die Zustimmung eines Dritten oder eine Lizenz für die Nutzung des Inhalts benötigst. Wenn du den Inhalt für kommerzielle Zwecke verwendest (z. B. in Verbindung mit dem Verkauf oder der Werbung für ein Produkt oder eine Dienstleistung), ist es wahrscheinlich, dass du eine Zustimmung oder eine Lizenz benötigst. Die Verantwortung für die Feststellung, ob Genehmigungen erforderlich sind, liegt einzig und allein bei dir. Wir übernehmen keine Gewähr dafür, dass für die Inhalte Genehmigungen oder Lizenzen eingeholt wurden, und wir lehnen ausdrücklich jede Verantwortung und Haftung in Bezug auf solche Angelegenheiten ab.



UrhG

- Urheberrecht



- *Hinweis:* Überprüfe die Bild-, Musik- oder Videoquelle. Wenn der Inhalt von Pixabay stammt, beachte dann bitte die Pixabay-Lizenz; wenn der Inhalt von Pexels stammt, lies bitte die [Pexels-Lizenz](#). Alle anderen Freien Bild-, Musik- und Videodateien in Canva unterliegen der auf dieser Seite beschriebenen Lizenz.
- Quelle:
https://www.canva.com/de_de/richtlinien/free-media/



UrhG – Musiknutzung bei Instagram

Für eine Story/ein Reel auf Instagram möchte ich Instagrams Musikbibliothek nutzen. Was muss ich dabei beachten?

Das Wichtigste in Kürze:

Als Privatperson können Sie Instagrams Musikbibliothek für Instagram Storys, Reels oder Videos bedenkenlos nutzen. Eine nicht-private, gewerbliche Nutzung ist hingegen nicht erlaubt. Auch wenn Sie dafür einen privaten Instagram Account nutzen.

Egal ob Story, Reel oder Video: Wenn Sie als Privatperson Musik aus der Musikbibliothek von Instagram hinterlegen, ist das in der Regel unproblematisch. Die Plattform räumt ihren Nutzerinnen das Recht ausdrücklich ein. 2 Bedingungen müssen jedoch erfüllt sein:

1. Das Recht gilt für die ausschließliche Verwendung auf Instagram.
2. Die Musik darf nur für persönliche nicht gewerbliche Inhalte genutzt werden.

Nicht erlaubt ist hingegen die Verwendung der Lieder für gewerbliche und nicht private Zwecke. Bereits in den Musik-Richtlinien von Meta heißt es: "Insbesondere die Nutzung von Musik für gewerbliche oder nicht private Zwecke ist verboten, es sei denn, du hast entsprechende Lizenzen eingeholt."



Was (auf Instagram) privat ist. Und was nicht.

Wenn Sie als Unternehmen Musik in Reels oder einer Story verwenden, ist das nicht privat. Der Fall ist eindeutig. Leider ist es nicht immer so einfach. Zwar gibt es auf Instagram Business Accounts und private Accounts. Doch auch die Aktivitäten auf privaten Accounts können, je nach Ausrichtung, als gewerblich eingestuft werden. Zum Beispiel wenn dort über Produkte berichtet wird. Denken Sie daran: Auch Instagram (Meta) kann nicht definieren, was schlussendlich als kommerziell gewertet wird und was nicht. Das liegt im Ermessen der jeweiligen Rechteinhaber. Deshalb kommt es immer wieder vor, dass die Inhaberinnen der privaten Accounts Abmahnungen von Kanzleien erhalten. Aus Sicht der Anwälte und Rechteinhaberinnen besitzen die Veröffentlicher solcher Reels keine Lizenz für die Musik und haben somit eine Urheberrechtsverletzung begangen.



Was tun als Content Creator auf Instagram?

Bevor Sie ein Video mit Musik auf Instagram posten, gehen Sie in sich. Prüfen Sie, ob sich Ihre Aktivitäten auf Social Media nicht vielleicht doch als gewerblich oder „nicht-privat“ einstufen lassen. Ist das der Fall, verzichten Sie vielleicht besser auf den Einsatz von Musik aus Instagrams Musikbibliothek. Influencer und alle, die es werden wollen, sollten außerdem bedenken, dass auch Reels von der Gartenparty als kommerziell angesehen werden können, wenn sie sonst auf dem Account Influencer-typische Inhalte posten.

Unternehmen und andere gewerbliche Nutzer:

Wenn Sie für eine Story oder ein Reel auf Instagram Musik nutzen möchten, müssen Sie das Herstellungsrecht beachten. Das bedeutet, Sie brauchen das Einverständnis bzw. eine Lizenz der Rechteinhaber (z. B. der Urheberin oder des Verlags), um die ausgewählte Musik mit einem Bewegtbild (etwa ein **Video**) zu nutzen. Um diese zu ermitteln, können Sie die GEMA [☞ Repertoiresuche](#) verwenden und Kontakt mit dem Verlag aufnehmen.

Bei privaten nicht gewerblichen Nutzern ist das Herstellungsrecht auf Instagram, YouTube, TikTok und Facebook bereits abgedeckt. Hier müssen Sie sich um nichts kümmern.



UrhG

- Grundsätzliches zur Musikknutzung auf Instagram
- Das Urheberrecht schützt Musikstücke grundsätzlich umfassend. Die Nutzung fremder Musikstücke ist daher nur mit Zustimmung des Rechteinhabers (Komponist, Interpret, Musikverlag, Label, GEMA etc.) oder auf Basis einer rechtmäßigen Lizenz erlaubt. Zwar stellt Instagram seinen Nutzern eine Bibliothek mit Musikstücken zur Verfügung; deren Nutzung ist jedoch nicht automatisch uneingeschränkt gestattet.
- Wichtig:
- Instagram bzw. Meta erwirbt Nutzungsrechte für Musik nur für bestimmte Zwecke. Während eine private Nutzung innerhalb der Plattform regelmäßig erlaubt ist, sieht dies bei gewerblicher oder kommerzieller Nutzung (Business-Accounts, Influencer, Veranstaltungswerbung) anders aus.



UrhG

- Grundsätzliches zur Musiknutzung auf Instagram
- Die Nutzungsbedingungen von Meta sehen hierzu wie folgt aus:
- Unsere Vereinbarungen mit Rechteinhaber*innen
 - Meta hat sich gegenüber den Musikrechteinhaber*innen, deren lizenzierte Musik in der Musikbibliothek verfügbar ist, zur Einhaltung der getroffenen Vereinbarungen verpflichtet. Derartige Vereinbarungen sollen die Künstler*innen und Songwriter*innen sowie deren Werke schützen.
 - Die in unserer Bibliothek verfügbare Musik ist ausschließlich für die persönliche und nicht kommerzielle Nutzung bestimmt.
- Vgl. <https://www.facebook.com/help/instagram/402084904469945>



UrhG

- 15-Sekunden-Regel?
- Die sog. „15-Sekunden-Regel“ basiert auf der „Bagatellgrenze“ aus dem Urheberrechts-Diensteanbieter-Gesetz (§ 10 S. 1 Nr. 2 UrhDaG).
- Diese Regelung bezieht sich ausschließlich darauf, dass Plattformanbieter (wie Instagram) keine automatischen Upload-Filter einsetzen müssen, wenn geschützte Inhalte bis zu 15 Sekunden genutzt werden.
- Dies bedeutet nicht, dass der Nutzer von der Lizenzpflicht gegenüber dem Rechteinhaber befreit ist.
- Zudem gilt diese Ausnahme ausdrücklich nur für private und nicht-kommerzielle Zwecke.
- Für Business-Profile und gewerbliche Nutzung (wie Veranstaltungswerbung) gilt diese Ausnahme nicht.



UrhG

- Gewerbliche Nutzung?
- Der Bundesgerichtshof (BGH) hat in seinen „Influencer“-Entscheidungen klargestellt, dass Social-Media-Inhalte, die der Förderung von Image, Marke, Veranstaltungen oder zur Gewinnung von Reichweite dienen, als gewerblich bzw. kommerziell einzustufen sind.



UrhG

- Rechtsfolgen?
- Abmahnung durch den Rechteinhaber:
 - Anspruch auf Unterlassungserklärung
 - Anspruch auf Schadensersatz für entgangene Lizenzgebühren
 - Übernahme von Anwaltskosten
- Löschung der Inhalte durch Instagram
- Ggf. Sperrung des Accounts durch Instagram (Verstoß gegen die Plattformbedingungen)



UrhG

Abmahnung wegen unerlaubter öffentlicher Zugänglichmachung einer Tonaufnahme über einen gewerblich genutzten Social-Media-Account

Sehr geehrter Herr [REDACTED],

die IPPC LAW Rechtsanwaltsgesellschaft mbH wurde von der B1 Recordings GmbH, Bülowstr. 80, 10783 Berlin, beauftragt, Sie als Inhaber des **Instagram-Accounts** [REDACTED] abzumahnern, weil über diesen die Tonaufnahme **Dimitri Vegas & Like Mike - Thank You (Not So Bad)** öffentlich zugänglich gemacht wurde. Unsere Mandantschaft ist Inhaberin der exklusiven Rechte an der Tonaufnahme. Dies ergibt sich gemäß § 10 UrhG schon daraus, dass sie auf einschlägigen Publikationswegen (Amazon, Apple, Spotify) als Rechteinhaberin hinsichtlich der Tonaufnahme benannt wird. Die ordnungsgemäße Bevollmächtigung wird anwaltlich versichert. In der unerlaubten öffentlichen Zugänglichmachung liegen Urheberrechtsverletzungen bzw. Verletzungen verwandter Schutzrechte nach dem Urheberrechtsgesetz, hier aus §§ 85, 19 a UrhG.

Die erforderlichen Rechte zur öffentlichen Zugänglichmachung der Tonaufnahme über soziale Netzwerke im gewerblichen Zusammenhang besitzen Sie nicht, da entsprechende Rechte von den sozialen Netzwerken nur im privaten Bereich gewährt werden können. Darauf weisen die Nutzungsbedingungen der sozialen Netzwerke deutlich hin. Im Fall von Instagram können Sie diese unter <https://help.instagram.com/581066165581870> einsehen.

Als Täter einer entsprechenden Urheberrechtsverletzung - also ohne die konkrete Lizenz vorher eingeholt zu haben - haften Sie jedenfalls auf Unterlassung, auf Schadensersatz und auf Ersatz der Kosten der Rechtsverfolgung. In dem Fall Ihrer Täterschaft, oder wenn Sie sich das Verhalten von Mitarbeitern zurechnen lassen müssen, hat unsere Mandantschaft eine Reihe von Ansprüchen gegen Sie:

1. Anspruch auf Beseitigung der Beeinträchtigung gemäß § 97 I UrhG
2. Anspruch auf Unterlassung gemäß § 97 I UrhG
3. Anspruch auf Auskunft gemäß § 101 UrhG



UrhG

4. Anspruch auf Schadensersatz gemäß § 97 II UrhG
5. Anspruch auf Aufwendungsersatz gemäß § 97a III UrhG

Daneben besteht noch ein Anspruch auf Vorlage und Besichtigung nach § 101a UrhG, sowie ein Anspruch zur Sicherung von Schadensersatzansprüchen gemäß § 101b UrhG.

Wir haben Sie daher namens und im Auftrag unserer Mandantin aufzufordern,

1. das schädigende Verhalten sofort abzustellen, also die entsprechende Tonaufnahme nicht mehr über das Internet der Öffentlichkeit zugänglich zu machen, insbesondere in Verbindung mit Videomaterial zu werblichen Zwecken,
2. die Unterlassungsansprüche unserer Mandantin jeweils durch Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung zu erfüllen,
3. Auskunft zu erteilen, wie lange Sie bereits die widerrechtliche Nutzung betreiben, ob und gegebenenfalls welche anderen unberechtigten Nutzungen vorliegen und welche Umsätze Sie dadurch erzielt haben,
4. Schadensersatz in angemessener Höhe zu leisten,
5. Aufwendungsersatz zu leisten, also alle Kosten der Rechtsverfolgung im Zusammenhang mit der Urheberrechtsverletzung zu tragen.

Für die Abgabe der Unterlassungserklärung und die Auskunftserteilung setzen wir Ihnen eine Frist bis zum

03.10.2025.



C. Kosten

Unsere Mandantschaft macht folgende Kosten geltend:

1. Der Schadensersatzanspruch wird nach den Regeln der Lizenzanalogie berechnet. Vorliegend handelt es sich um eine länger andauernde Rechtsverletzung im gewerblichen Bereich. Es liegt nahe, zur Festsetzung einer angemessenen Lizenzgebühr branchenübliche Vergütungssätze und Tarife als Maßstab heranzuziehen, wenn sich in dem Zeitraum der streitgegenständlichen Nutzung eine solche Übung herausgebildet hat (BGH, Urteil vom 02.10.2008 - I ZR 6/06). Für eine Schätzung können die Erfahrungsregelungen des Musikverleger-Verbandes e.V. zugrunde gelegt werden. (vgl. hierzu: BGH, GRUR 2009, 407; Dreier, a.a.O., § 97, Rn. 63). Hieraus ergäbe sich bereits ein Wert zwischen 2.000,00 Euro und 10.000,00 Euro für jeweils bis zu 12 Monate Nutzungsdauer.

Allerdings kann auch eine eigene Lizenzierungspraxis herangezogen werden. Hier werden für Social-Media-Kampagnen bis zu 12 Monaten regelmäßig 15.000,00 Euro berechnet.

Allerdings ist auch die Größe Ihres Unternehmens, sowie die Nutzungsdauer und die Anzahl der Aufrufe zu berücksichtigen.

Unsere Mandantschaft setzt daher in der Gesamtschau den Schadensersatz auf 5.000,00 Euro fest. Dies berücksichtigt auch die vorliegende Nutzungsdauer. Das streitgegenständliche Video ist seit dem 12.09.2025 online.



2. Der Aufwendungsersatzanspruch betrifft die Anwaltskosten für die Abmahnung und die Ermittlungskosten.
 - a) Die Anwaltskosten für die Abmahnung werden aus einem Gegenstandswert in Höhe von 50.000,00 Euro berechnet. Die Rechtsanwaltsgebühren daraus belaufen sich unter Ansatz einer 1,3 Gebühr zuzüglich der Post- und Telekommunikationspauschale, zusammen netto 1.784,10 Euro, sowie der Umsatzsteuer, auf insgesamt 2.123,08 Euro.
 - b) Die Ermittlungskosten sind erstattungsfähig (BGH, v. 30.03.2017 - I ZR 124/16 und v. 06.10.2016, Az.: I ZR 97/15). Diese können pauschal veranlagt werden (vgl. OLG Hamburg, Beschluss vom 12.03.2014, Az. 4 W 23/14). Vorliegend wird eine Pauschale in Höhe von 229,00 Euro netto, insgesamt inklusive Umsatzsteuer 272,51 Euro, berechnet.



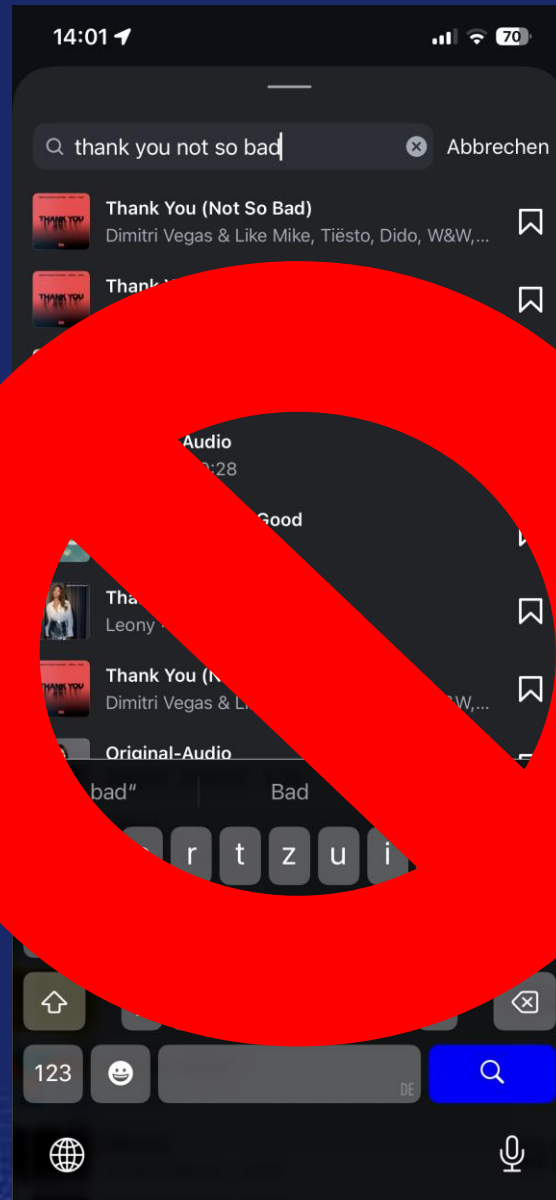
D. Beilegung

Um diese Angelegenheit außergerichtlich beizulegen, erwartet unsere Mandantschaft das folgende Vorgehen:

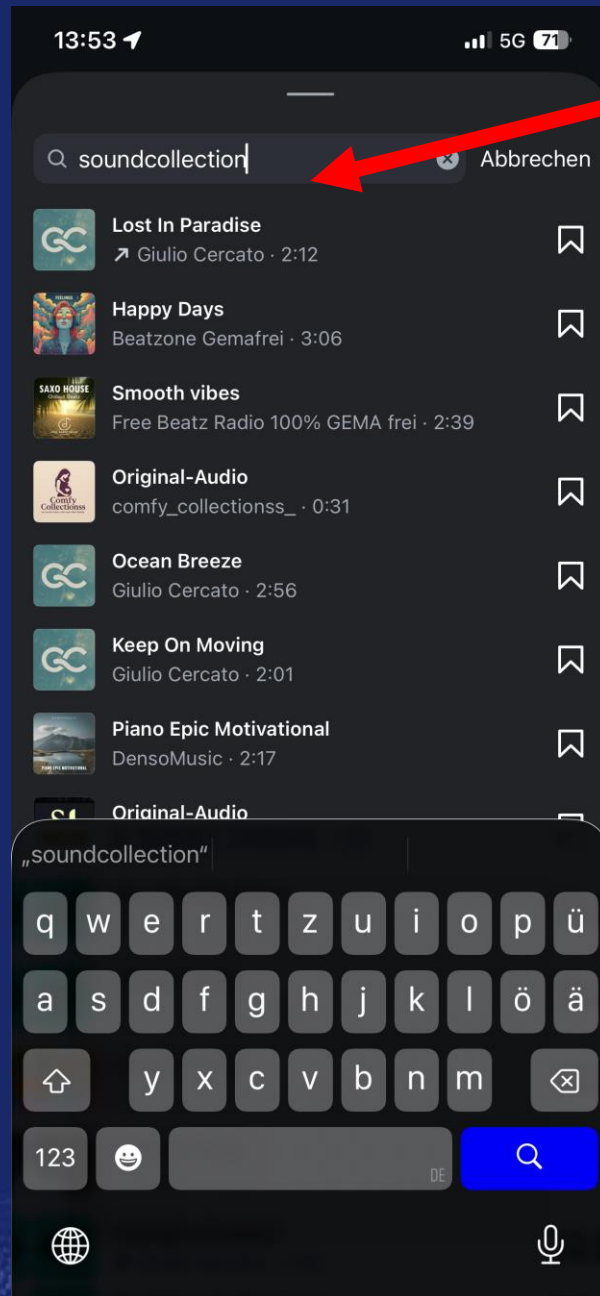
1. Sie geben eine strafbewehrte Unterlassungserklärung ab.
2. Sie zahlen zur Abgeltung aller finanziellen Ansprüche, die unserer Mandantschaft aus der oben bezeichneten Rechtsverletzung gegen Sie zustehen, einmalig 7.395,59 Euro.
3. Mit dem Eingang des Gesamtbetrages und der Unterlassungserklärung sind alle Ansprüche unserer Mandantschaft aus der oben bezeichneten Rechtsverletzung gegen Sie erledigt.



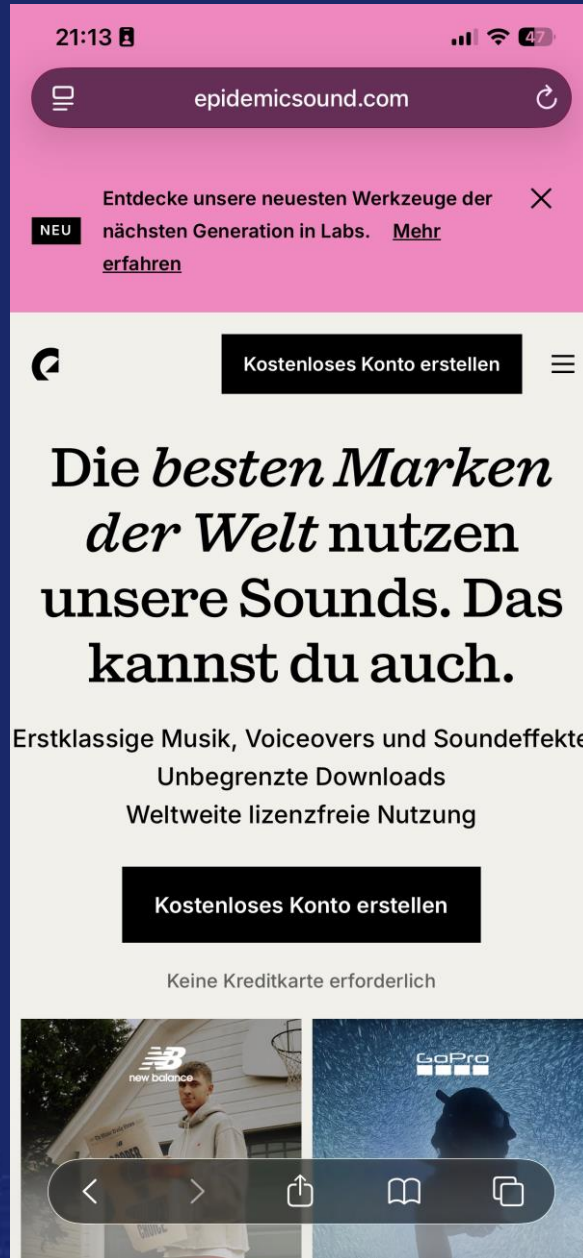
UrhG



UrhG



UrhG





KUG

KUG

- Recht am eigenen Bild
- Fotografieren von Personen in der Öffentlichkeit grundsätzliche **zulässig** (Informationsfreiheit Art. 5 Abs. 1 S. 1, 2. Var. GG)
- Veröffentlichung dieser Bilder aber durch das Recht am eigenen Bild beschränkt
- Ausnahme auch § 201a StGB



KUG

- Recht am eigenen Bild

§ 201a Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereichs durch Bildaufnahmen

(1) Mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe wird bestraft, wer 1.von einer anderen Person, **die sich in einer Wohnung oder einem gegen Einblick besonders geschützten Raum befindet**, unbefugt eine Bildaufnahme herstellt oder überträgt und dadurch den höchstpersönlichen Lebensbereich der abgebildeten Person verletzt, 2.eine Bildaufnahme, die **die Hilflosigkeit einer anderen Person zur Schau stellt**, unbefugt herstellt oder überträgt und dadurch den höchstpersönlichen Lebensbereich der abgebildeten Person verletzt, 3.eine durch eine Tat nach den Nummern 1 oder 2 hergestellte Bildaufnahme gebraucht oder einer dritten Person zugänglich macht oder 4.eine befugt hergestellte Bildaufnahme der in den Nummern 1 oder 2 bezeichneten Art wissentlich unbefugt einer dritten Person zugänglich macht und dadurch den höchstpersönlichen Lebensbereich der abgebildeten Person verletzt.

(2) Ebenso wird bestraft, wer unbefugt von einer anderen Person eine Bildaufnahme, die geeignet ist, **dem Ansehen der abgebildeten Person erheblich zu schaden**, einer dritten Person zugänglich macht.



KUG

- Recht am eigenen Bild
- Recht am eigenen Bild ist Ausfluss des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts
- Aber auch einfachgesetzlich im Kunsturhebergesetz (KUG) geregelt
- § 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.



KUG

- Recht am eigenen Bild
- § 22 KUG
- Bildnisse dürfen grundsätzlich nur mit **Einwilligung** des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden
- **Bildnis** ist jede Wiedergabe der äußeren Erscheinungsweise einer Person, soweit sie als solche erkennbar ist
- **Erkennbarkeit von Gesichtszügen** nicht notwendig, soweit Person aufgrund des mit abgebildeten Umfelds identifiziert oder von Bekannten zugeordnet werden kann
- **Einwilligung** unwirksam wenn nicht freiverantwortlich abgegeben (Betrunkene (-))
- Ebenso wenig wirksam bei Zwang (psychisch oder physisch)
- **Minderjährige** benötigen Zustimmung gesetzlicher Vertreter
- **Konkludente Einwilligung**: Wer vor laufender Kamera Fragen beantwortet gibt zu erkennen, dass er mit der Wiedergabe des Interviews im Fernsehen einverstanden ist
- **Nach Tod**: für die Dauer von 10 Jahren Einwilligung der Angehörigen notwendig!



KUG

- Recht am eigenen Bild
- AUSNAHME: § 23 KUG

(1) Ohne die nach § 22 erforderliche **Einwilligung** dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:

- 1. Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte;
 - 2. Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen;
 - 3. Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
 - 4. Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.
- (2) Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.



KUG

- Recht am eigenen Bild
- Einwilligung
 - Probleme ergeben sich, wenn ohne Einwilligung gearbeitet wird
 - Einwilligung ist vorherige Zustimmung der abgebildeten Person
 - Besondere Form ist nicht einzuhalten, aber Schriftform wegen Nachweisbarkeit empfohlen
 - Auch stillschweigende Einwilligung möglich
 - § 22 Satz 2 KUG, Einwilligung möglich, wenn Entlohnung erfolgt
 - → Rechtsunsicherheit



KUG

- Recht am eigenen Bild

Model Release Vertrag

1. Präambel

1. Die XY GmbH ist mit der Fertigung und dem Vertrieb von AAA-Produkten (im Folgenden „die Produkte“) befasst. Zur Bewerbung der Produkte plant die XY-GmbH eine umfangreiche Werbekampagne (im Folgenden „die Werbekampagne“), bei der die Werbemittel in allen Medien, insbesondere in TV, Internet und Social Media, Presse und Plakatwerbung (OOH) genutzt werden sollen.

2. Das Model ist professionelles Model und soll eines von mehreren Gesichtern dieser Werbekampagne werden.

3. Dies vorausgeschickt, vereinbaren die Vertragsparteien das Folgende:



KUG

- Recht am eigenen Bild

Model Release Vertrag

2. Vertragsgegenstand

Vertragsgegenstand ist die Anfertigung von Foto- und Bewegtbildaufnahmen (im Folgenden „Aufnahmen“) des Models bei einem von der XY-GmbH organisierten Shooting, die Einwilligung des Models in die Nutzung der Aufnahmen im Zuge der Werbekampagne nebst Einräumung der dafür erforderlichen Rechte gegen Zahlung einer Vergütung durch die XY-GmbH.



KUG

- Recht am eigenen Bild

Model Release Vertrag

3. Vergütung

3.1 Für die Leistungen nach diesem Vertrag zahlt die XY-GmbH an das Model eine Vergütung von EUR

3.2 Die Vergütung gemäß Ziffer 3.1 versteht sich zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer und ist 14 Tage nach Abschluss des Shootings fällig.

3.3 Mit der Zahlung der Vergütung gemäß Ziffer 3.1 sind sämtliche Leistungen des Models, einschließlich der Einwilligung und Rechteeinräumung gemäß Ziffer 4 abgegolten.

3.4 Das Model ist verpflichtet, etwaige Sozialversicherungsbeiträge und Abgaben, insbesondere Steuern, die auf die Vergütung entfallen, ordnungsgemäß zu deklarieren und abzuführen.



KUG

- Recht am eigenen Bild

Model Release Vertrag

4. Einwilligung und Rechteeinräumung

4.1 Das Model willigt in die Fertigung der Aufnahmen bei dem Shooting und deren Nutzung für die Werbekampagne ein und räumt dem Auftraggeber das exklusive, zeitlich und räumlich unbeschränkte sowie inhaltlich auf die Nutzung in und im Zusammenhang mit der Werbekampagne beschränkte Nutzungsrecht an den Aufnahmen ein (im Folgenden „Nutzungsrecht“). Das Nutzungsrecht umfasst insbesondere das Recht zur Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung, öffentlichen Wiedergabe, öffentlichen Zugänglichmachung und Sendung der Aufnahmen im Rahmen der Werbekampagne in allen Medien, einschließlich Druckwerken, OOH-Werbung, Rundfunk und Fernsehen, Internet und sozialen Netzwerken.

4.2 Die XY-GmbH ist berechtigt, die Aufnahmen zu bearbeiten, sie insbesondere zu retuschieren, zu vergrößern oder zu verkleinern, zu beschneiden und mit anderen Bildern zu verbinden.

...



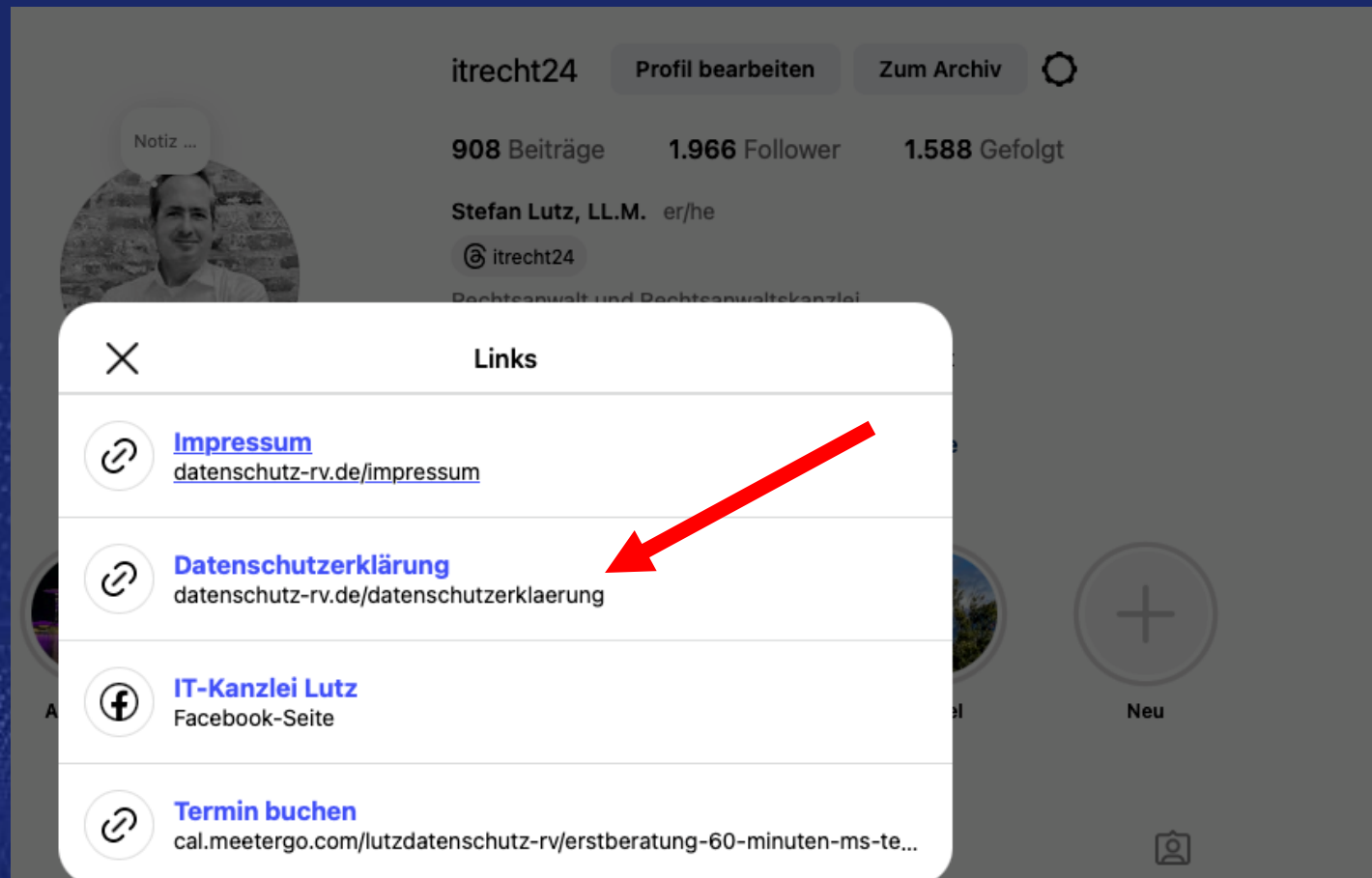
DSGVO

DSGVO

- **Datenschutzrecht (Art. 6, 13, 14 DSGVO):** Sobald ihr personenbezogene Daten verarbeitet – dazu gehören z. B. Fotos, Tonaufnahmen, Namen oder Kommentare – greift die DSGVO.
 - Es braucht stets eine **Rechtsgrundlage**, z. B. Einwilligung (Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO), Vertragserfüllung (lit. b) oder berechtigtes Interesse (lit. f).
 - Vergesst nicht: Auch Tracking über Plattform-Insights oder Tools wie Pixel kann datenschutzrechtlich relevant sein.
 - Pflicht zur **Datenschutzerklärung** auf verlinkten Webseiten sowie in Profilen mit Landingpages.



DSGVO



DSGVO

9. Social Media Profile

9.1. Wir haben verschiedene Auftritte in sog. Social-Media-Plattformen. Die Auftritte betreiben wir bei folgenden Anbietern

9.1.1. LinkedIn, betrieben von LinkedIn Ireland Unlimited Company, Wilton Plaza, Wilton Place, Dublin 2, Ireland, Datenschutzhinweise unter https://de.linkedin.com/legal/privacy-policy?trk=content_footer-privacy-policy

9.1.2. Xing, betrieben von New Work SE, Am Strandkai 1, 20457 Hamburg, Datenschutzhinweise unter <https://privacy.xing.com/de/datenschutzerklaerung>

9.1.3. Facebook, betrieben von Meta Platforms Ireland Limited, 4 Grand Canal Square, Dublin 2, Ireland, Datenschutzhinweise unter <https://www.facebook.com/privacy/center>

9.1.4. Instagram, betrieben von Meta Platforms Ireland Limited, 4 Grand Canal Square, Dublin 2, Ireland, Datenschutzhinweise unter <https://privacycenter.instagram.com/policy>

9.1.5. Twitter, betrieben von Twitter International Unlimited Company, One Cumberland Place, Fenian Street Dublin 2, D02 AX07 Ireland, Datenschutzhinweise unter <https://twitter.com/de/privacy>

9.1.6. YouTube, betrieben von Google Ireland Limited, Gordon House, Barrow Street, Dublin 4, Ireland, Datenschutzhinweise unter https://policies.google.com/privacy?hl=de&utm_source=ucb



DSGVO

9.2. Wir greifen für diese Informationsdienste auf die technische Plattform und die Dienste der Anbieter zurück. Wir weisen Sie darauf hin, dass Sie unsere Auftritte bei Social-Media-Plattformen und ihre Funktionen in eigener Verantwortung nutzen. Dies gilt insbesondere für die Nutzung der interaktiven Funktionen (zB Kommentieren, Teilen, Bewerten). Beim Besuch unserer Auftritte erfassen die Anbieter der Social-Media-Plattformen u.a. Ihre IP-Adresse sowie weitere Informationen, die in Form von Cookies auf Ihrem Endgerät vorhanden sind. Diese Informationen werden verwendet, um uns als Betreiber der Accounts statistische Informationen über die Interaktion mit uns zur Verfügung zu stellen. Rechtsgrundlage ist jeweils Ihre Einwilligung: für das Setzen der Cookies ist dies § 25 Abs. 1 TDDDG, für die nachfolgende Datenverarbeitung Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO.

9.3. Die in diesem Zusammenhang über Sie erhobenen Daten werden von den Plattformen verarbeitet und dabei ggf. in Länder außerhalb der Europäischen Union, insbesondere die USA, übertragen. Alle der vorgenannten Anbieter sind nach dem US-EU Transatlantic Data Privacy Framework zertifiziert und wir haben die Standarddatenschutzklauseln mit den Unternehmen geschlossen (mit Ausnahme von Xing, da dieser Anbieter seinen Sitz innerhalb der EU hat). Uns ist nicht bekannt, in welcher Weise die Social-Media-Plattformen die Daten aus Ihrem Besuch unseres Accounts und Interaktion mit unseren Beiträgen für eigene Zwecke verwenden, wie lange diese Daten gespeichert werden und ob Daten an Dritte weitergegeben werden. Die Datenverarbeitung kann sich danach unterscheiden, ob Sie bei dem sozialen Netzwerk registriert und angemeldet sind oder als nicht-registrierter und/oder nicht-angemeldeter Nutzer die Seite besuchen. Beim Zugriff auf einen Beitrag oder den Account wird die Ihrem Endgerät zugeteilte IP-Adresse an den Anbieter der Social-Media-Plattform übermittelt. Wenn Sie als Nutzerin oder Nutzer aktuell angemeldet sind, kann über ein Cookie auf Ihrem Endgerät nachvollzogen werden, wie Sie sich im Netz bewegt haben. Über in Webseiten eingebundene Buttons ist es den Plattformen möglich, Ihre Besuche auf diesen Webseiten Seiten zu erfassen und Ihrem jeweiligen Profil zuzuordnen. Anhand dieser Daten können Inhalte oder Werbung auf Sie zugeschnitten angeboten werden. Wenn Sie dies vermeiden möchten, sollten Sie sich abmelden bzw. die Funktion „angemeldet bleiben“ deaktivieren, die auf Ihrem Gerät vorhandenen Cookies löschen und Ihren Browser neu starten.



DSGVO

9.4. Wir als Anbieter des Informationsdienstes verarbeiten darüber hinaus nur die Daten aus Ihrer Nutzung unseres Dienstes, die Sie uns bereitstellen und eine Interaktion erfordern. Wenn Sie bspw. eine Frage stellen, die wir nur per E-Mail beantworten können, werden wir Ihre Informationen entsprechend der allgemeinen Grundsätze unserer Datenverarbeitung speichern, die wir in dieser Datenschutzerklärung beschreiben. Rechtsgrundlage für die Verarbeitung Ihrer Daten auf der Social-Media-Plattform ist Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. f DSGVO.

9.5. Zur Ausübung Ihrer Betroffenenrechte können Sie sich sowohl an uns oder an den Anbieter der Social-Media-Plattform wenden. Soweit eine Partei nicht für die Beantwortung zuständig ist oder die Informationen von der anderen Partei erhalten muss, werden dann wir oder der Anbieter Ihre Anfrage an den jeweiligen Partner weiterleiten. Bitte wenden Sie sich für Fragen über die Profilbildung, Verarbeitung Ihrer Daten bei Nutzung der Website direkt an den Betreiber der Social-Media-Plattform. Bei Fragen zu der Verarbeitung Ihrer Interaktion mit uns auf unserer Seite, schreiben Sie an die oben von uns angegebenen Kontaktdaten.

9.6. Welche Informationen die Social-Media-Plattform erhält und wie diese verwendet werden, beschreiben die Anbieter in ihren Datenschutzerklärungen (Link siehe in der obigen Tabelle). Dort finden Sie auch Informationen über Kontaktmöglichkeiten sowie zu den Einstellmöglichkeiten für Werbeanzeigen. Weitere Informationen zu sozialen Netzen und wie Sie Ihre Daten schützen können, finden Sie auch auf www.youngdata.de.



Tipps

UrhG, KUG, DSGVO

- ✓ Urheberrecht (§§ 2 ff. UrhG): Nutzt keine fremden Inhalte ohne Rechtekette. Dies gilt insbesondere für Fotos, Musik, Videos, Texte und Designs. Auch Meme-Bestandteile können urheberrechtlich geschützt sein.
- ✓ Auch bekannte Apps können Probleme bereiten (Canva, CapCut etc.)
- ✓ Recht am eigenen Bild (§§ 22, 23 KUG): Personen dürfen nur mit deren ausdrücklicher Einwilligung in Bild und Video gezeigt werden. Bei Veranstaltungen genügt eine konkludente Einwilligung nur unter engen Voraussetzungen.
- ✓ Datenschutz beachten



Werbekennzeichnung





Werbekennzeichnung

- Sobald ein Post gegen Entgelt, mit Produktzusendungen oder anderen geldwerten Vorteilen erfolgt, liegt regelmäßig **kommerzielle Kommunikation** vor.
- Maßgeblich ist, ob der durchschnittliche Nutzer den werblichen Charakter erkennen kann
- Abzugrenzen sind rein private Meinungsäußerungen – wobei Influencer:innen als Profis regelmäßig unternehmerisch handeln (BGH, Urt. v. 9.9.2021 – I ZR 90/20 "Tap Tags").



Werbekennzeichnung

Kennzeichnungsmatrix

Szenarien/Inhalte 	Video 	Audio 	Bild / Text 
A Beiträge über Produkte, Dienstleistungen, Marken, Unternehmen, Regionen, Events, Reisen, die gegen Bezahlung oder eine Gegenleistung veröffentlicht werden	<p>a) Produkt spielt Hauptrolle im Video oder in einer Sequenz: deutlich lesbare Einblendung „Werbevideo“ oder „Werbung“ während des gesamten Videos oder der Werbesequenz</p> <p>b) Produkt spielt Nebenrolle: „Unterstützt durch Produktplatzierung“ oder „Unterstützt durch <Produktname>“ zu Beginn des Videos</p>	<p>a) Produkt spielt Hauptrolle: Absetzung zu Beginn der Sequenz mit der Ansage „Werbung“ oder einem Jingle, der nur für die Ankündigung der Werbung verwendet wird; ggf. Hinweis auf das Werbeende, wenn sonst nicht deutlich</p> <p>b) Produkt spielt Nebenrolle: „Unterstützt durch Produktplatzierung“ oder „Unterstützt durch <Produktname>“ zu Beginn</p>	Deutlich lesbar „Werbung“ oder „Anzeige“ zu Beginn des Beitrags
B Beiträge über Produkte, Dienstleistungen, Marken, Unternehmen, Regionen, Events, Reisen, die kostenlos in Anspruch genommen oder erhalten wurden, wenn die Veröffentlichung an Vereinbarungen/Bedingungen oder Erwartungen geknüpft ist	<p>a) Produkt spielt Hauptrolle im Video oder in einer Sequenz: deutlich lesbare Einblendung „Werbevideo“ oder „Werbung“ während des gesamten Videos oder der Werbesequenz</p> <p>b) Produkt spielt Nebenrolle und Wert liegt über 100€: „Unterstützt durch Produktplatzierung“ oder „Unterstützt durch <Produktname>“ zu Beginn des Videos</p>	<p>a) Produkt spielt Hauptrolle: Absetzung zu Beginn der Sequenz mit der Ansage „Werbung“ oder einem Jingle, der nur für die Ankündigung der Werbung verwendet wird; ggf. Hinweis auf das Werbeende, wenn sonst nicht deutlich</p> <p>b) Produkt spielt Nebenrolle und Wert liegt über 100€: „Unterstützt durch Produktplatzierung“ oder „Unterstützt durch <Produktname>“ zu Beginn</p>	Deutlich lesbar „Werbung“ oder „Anzeige“ zu Beginn des Beitrags
E Beiträge/Darstellungen von eigenen Produkten, Dienstleistungen, Marken, Unternehmen – ohne dass die eigene Unternehmerschaft eindeutig ist	<p>a) Produkt spielt Hauptrolle im Video oder in einer Sequenz: deutlich lesbare Einblendung „Werbevideo“ oder „Werbung“ während des gesamten Videos oder der Werbesequenz</p> <p>b) Produkt spielt Nebenrolle: „Unterstützt durch Produktplatzierung“ oder „Unterstützt durch <Produktname>“ zu Beginn des Videos</p>	<p>a) Produkt spielt Hauptrolle: Absetzung zu Beginn der Sequenz mit der Ansage „Werbung“ oder einem Jingle, der nur für die Ankündigung der Werbung verwendet wird; ggf. Hinweis auf das Werbeende, wenn sonst nicht deutlich</p> <p>b) Produkt spielt Nebenrolle: „Unterstützt durch Produktplatzierung“ oder „Unterstützt durch <Produktname>“ zu Beginn</p>	Deutlich lesbar „Werbung“ oder „Anzeige“ zu Beginn des Beitrags

Werbekennzeichnung

- **Klassische Posts auf Instagram (Bildbeitrag mit Textfeld, *Caption*):** „Werbung“ oder „Anzeige“ klar und deutlich erkennbar direkt zu Beginn der *Caption* – ggf. schriftbildlich abgehoben und vom Werbetext getrennt.
- „Werbung/Anzeige“ sollte das Erste sein, das Rezipienten wahrnehmen können. Kennzeichnungen, die verdeckt oder erst durch Suchen auffindbar sind, reichen nach Auffassung der Wettbewerbszentrale nicht aus.

Bsp.: Grafisch-stilistische Absetzung der Kennzeichnung:

Werbung – [Beitrags-Text] oder WERBUNG – [Beitrags-Text] oder „Werbung“ – [Beitrags-Text]

Quelle: Wettbewerbszentrale

Werbekennzeichnung

- **Stories auf Instagram (kurze Bild- oder Videosequenz ohne separates Textfeld, Caption):** „Werbung“ oder „Anzeige“ klar und deutlich erkennbar innerhalb des Beitrages in unmittelbarer räumlicher Nähe zum Werbeinhalt. Am oberen Bildrand – farblich abgesetzt (erkennbar) und gut wahrnehmbare Schriftgröße. Achtung: Nicht von z. B. Overlays oder Templates verdecken lassen und keine „Hashtag-Wolke“.

Werbeinhalt primär durch Textfeld in der Story: Kennzeichnung in räumlicher Nähe zum Werbeinhalt und der Werbeaussage vorangestellt. Werden etwa Werbeäußerungen mit Rabattcodes textlich eingebunden, ist hier die Kennzeichnung voranzustellen, wenn der werbliche Fokus auf der textlichen Darstellung liegt. Zu beachten ist: Die Rechtsprechung stellt bei unterschiedlichen Formaten darauf ab, wo der Fokus der Wahrnehmung der Rezipienten liegt (sog. Blickfang). Dort muss die Kennzeichnung platziert und deutlich wahrnehmbar sein.

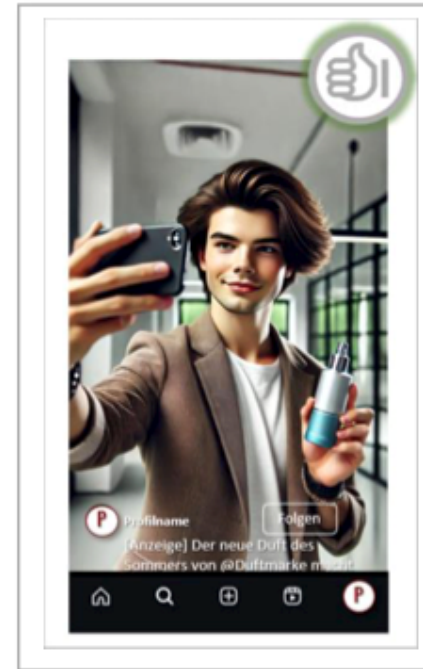


Werbekennzeichnung

- **Reels, Shorts und andere Bewegtbild-Formate:** Grundsätzlich wie klassische Posts. Handelt es sich jedoch um längere Videos, bei denen nur ein Teil bezahlte Inhalte sind (Werbeblock), ist dieser klar und eindeutig vom restlichen Inhalt mittels einer Kennzeichnung zu versehen. Unter Umständen gelten hier ergänzend das Trennungsgebot und die Werbegrundsätze für rundfunkähnliche Medien.

Speziell auf YouTube gilt etwa, dass die Inhalte in der Videobeschreibung kaum, jedenfalls erst zu spät wahrgenommen werden. Eine Kennzeichnung in der Beschreibung reicht hier jedenfalls nicht aus.¹⁵ Zu empfehlen ist hier eine Kennzeichnung im Video; vgl. oben **Stories auf Instagram**.

Neben einer Kennzeichnung in der Caption, kann hier auch eine Kennzeichnung direkt im Bild in der Nähe des beworbenen Produktes (Blickfang) zu empfehlen sein; vgl. Stories auf Instagram.



Handlungsempfehlungen

Handlungsempfehlungen

Kennzeichnungspflichten (Art. 26 DSA):

- Plattformtools nutzen
- Sprachlich eindeutige Hinweise geben
- Keine Werbung ohne klare Trennung vom redaktionellen Teil
- Impressumspflicht beachten

Kennzeichnungspflichten (Art. 50 AI-Act)

- Deutlich sichtbare Kennzeichnung KI-generierter Inhalte



Handlungsempfehlungen

Content-Check-Listen (DSA & AI Act):

- Kommerzielle Kommunikation?
- Werbetransparenz?
- KI im Einsatz?
- Deepfake-ähnlicher Content?



Q&A

Eure Fragen

