

Aktiv im Netz – rechtliche Basics

Ob ein Studio stetig seine Homepage mit Neuigkeiten versorgen will oder auch „Social Media“ zur Mitgliedergewinnung nutzt, immer ist zu bedenken, dass auch das Internet kein rechtsfreier Raum ist. Dieser Artikel soll einige Spielregeln aufzeigen. Um die unterschiedlichen Handlungsmöglichkeiten im Internet kurz zu umreißen, nimmt DSSV-Juristin Iris Borrmann in diesem Beitrag die gängigsten Interaktionen wie Posten, Teilen, Reposten, Einbetten und Verlinken unter die Lupe.

Soziale Netzwerke – Facebook, Instagram, Twitter o.Ä. – gehören für die meisten Studios im Jahr 2019 ebenso zum Marketing wie die Homepage, die für die mobile Ansicht optimiert ist. Das Posten, Teilen, Reposten, Einbetten oder Verlinken auf diesen Social-Media-Plattformen unterliegt aber auch rechtlichen Vorschriften. Die dabei am häufigsten vorkommenden Rechtsverstöße kommen aus dem Bereich des Urheberrechts und des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts.

POSTEN

Ein Posting oder „Post“ ist die Veröffentlichung eines einzelnen, eigenen Beitrages, Bildes oder Videos auf einer Social-Media-Plattform.

Selbst erstellte Inhalte können Nutzer in der Regel problemlos in sozialen Netzwerken posten, zumindest dann, wenn sie keine strafbare Volksverhetzung oder Beleidigungen darstellen. Allerdings gibt es noch andere Ausnahmen, bei denen fremde Rechte verletzt werden können. Häufig vorkommende Beispiele sind Handyvideos von Konzerten, Bundesligaspielen oder anderen Veranstaltungen. In der Regel verbieten die Veranstalter das Filmen oder zumindest die Verbreitung von Live-Mitschnitten. Daher muss hier

eine Genehmigung eingeholt werden, wenn man das Video auf einer Plattform einstellen will.

TEILEN

Wenn ein Beitrag, ein Video oder ein Bild z. B. auf Facebook geteilt wird, wird dieser Beitrag den eigenen Freunden (bzw. je nach persönlicher Einstellung „öffentlich“, „Freunde außer ...“) gezeigt. Freunde sind bei Facebook die Personen, mit denen man direkt verknüpft ist.

Beim Kurznachrichtendienst Twitter bezeichnet man diesen Vorgang als Retweet. Ein geteilter/geretweeteter Beitrag kann erneut unendlich oft geteilt werden („Schneeballeffekt“).

Das Teilen entspricht einem Link zu dem Originalbeitrag. Sobald der Autor/Urheber/Rechteinhaber seinen Beitrag entfernt, sind auch alle geteilten Beiträge nicht mehr abrufbar.

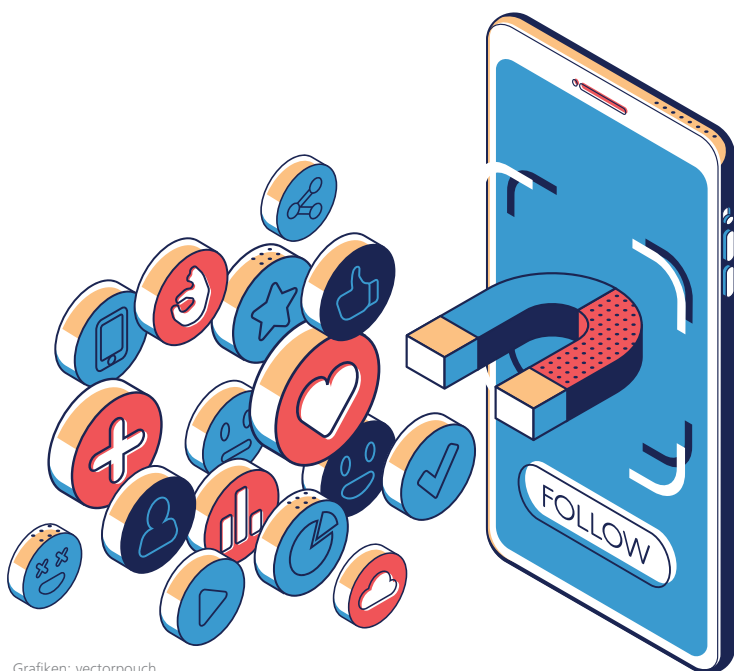
Anders als beim Liken eines fremden Beitrags ist dem Teilen an sich keine über die Verbreitung eines Postings hinausgehende Bedeutung beizumessen.

Merke:

- Rechtlich unproblematisch ist eine reine Weiterverbreitung, d. h. das Teilen eines fremden Postings ohne eigenen Kommentar oder sonstige Stellungnahme.
- Bei einem als Zustimmung aufzufassenden Begleittext haftet der Teilende für den Inhalt des geteilten Beitrags genauso wie der Verfasser. „Haften“ bezieht sich hier auf eventuelle Persönlichkeitsrechtsverletzungen, wenn der Beitrag z. B. volksverhetzende oder beleidigende Inhalte hat.
- Im „Liken“ anderer Beiträge hingegen kann auch ohne Begleittext eine Zustimmung zu dem Beitrag gesehen werden. Rechtlich kritische Posts sollte man besser kommentarlos teilen, als den „Gefällt mir“-Button zu bedienen.

REPOSTEN

Einen Beitrag eines anderen Benutzers repostet (Instagram) man, wenn man diesen erneut postet. Hierdurch wird das Bild/Video/der Beitrag nochmals auf die Plattform hochgeladen. Da ein einfaches Teilen z. B. auf der Plattform Instagram nicht vorgesehen ist, muss man dafür entweder eine zusätzliche App nutzen oder



Grafiken: vectorpouch

Exkurs: Umgang mit Bildern und Fotos

Verwendung von Fotos Dritter

Bei einer Facebook-Fanpage oder einer privaten Profilseite gilt Folgendes: Wenn fremde Bilder genutzt werden, muss der Urheber stets um Erlaubnis gefragt werden.

Eine Möglichkeit, diese Erlaubnis zu erhalten, ist das entsprechende Kaufen eines Bildes aus Datenbanken. Hierbei muss aber geprüft werden, ob die Rechte auch für die Verbreitung in sozialen Netzwerken gelten; oftmals schließen Urheber diese Verbreitungsart aus oder erheben dafür höhere Gebühren.

Wenn z.B. ein Facebook-Nutzer ein Bild hochlädt, muss er i.d.R. die Quelle mit angeben.



Andere Personen auf eigenen Bildern

Bilder, auch selbst aufgenommene, dürfen nur mit Einwilligung des/der Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden. Das ergibt sich aus § 22 des Kunsturhebergesetzes (KunstUrhG). Ausnahmen gelten, wenn es sich

- um ein zeitgeschichtliches Ereignis handelt,
- die Personen nur Beiwerk sind oder
- das Bild eine größere Menschenansammlung zeigt (§ 23 KunstUrhG).

Wenn hierüber Unsicherheit herrscht, sollte man vorsichtshalber immer eine schriftliche Einwilligung einholen. Die Einwilligung muss sich auch auf die konkrete Art und Weise der Nutzung beziehen, also z.B. zu werblichen Zwecken.



Betroffene Rechte bei der Verwendung von Fotos

Meist handelt es sich um Fragen zum Persönlichkeits- oder Urheberrecht, wenn es um Bilder im Internet geht. Doch auch das Markenrecht kann berührt werden, etwa wenn ein Bild eine Marke zeigt und dieses Bild im geschäftlichen Kontext verwendet wird, z.B. zur Bewerbung einer eigenen Leistung.

Urheberrecht: Wenn Nutzer sozialer Netzwerke Bilder hochladen, deren Urheber sie nicht sind, brauchen sie die Erlaubnis des Urhebers. Diese kann beispielsweise durch den Kauf eines Bildes erworben werden. Meist muss zudem die Quelle angegeben werden.

Persönlichkeitsrecht: Wer Bilder postet, auf denen andere Personen abgebildet sind, braucht deren schriftliches Einverständnis.

Markenrecht: Um nicht mit diesem Rechtsbereich in Konflikt zu kommen, sollte generell darauf verzichtet werden, Marken in sozialen Netzwerken abzubilden – vor allem dann, wenn sie der eigenen Werbung dienen.

den Originalbeitrag kopieren (Screenshot). In beiden Fällen erzeugt man einen neuen Beitrag, auf den der Urheber keinen Einfluss mehr hat. Das heißt, wenn der Autor/Urheber/Rechteinhaber seinen Originalbeitrag entfernt, bleiben alle kopierten Beiträge weiterhin abrufbar.

Generell ist das Reposten – gerade von Instagram-Bildern – ein kritisches Thema, da der Fotograf eines Bildes oder der Autor eines Textes die Rechte an seinem Werk hat.

Es ist nicht erlaubt, ein Bild einfach herunterzuladen, um es dann an einem anderen Ort (z.B. dem eigenen Instagram-Feed) wieder zu präsentieren, wenn keine Erlaubnis des Rechteinhabers vorliegt. ▶



Die Fitness-Sachverständigen



Werner Kündgen

Steuerberater und von der IHK Koblenz öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Wirtschaftlichkeitsberechnung für Fitness- und Freizeit-Anlagen.

*Joseph-von-Fraunhofer-Str. 1
53501 Grafschaff (Ringen)
Tel.: 02641 - 800 40
www.kuendgen.de*



Günter Noll

Von der IHK Bonn/Rhein-Sieg öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für die Bewertung von Fitness- und Freizeit-Anlagen.

*Auf dem Freibogen 3
53127 Bonn
Tel.: 0228 - 298 701
www.fitnesssachverstaendige.de*



Sabrina Fütterer

Von der IHK Koblenz öffentlich bestellte und vereidigte Sachverständige für Wirtschaftlichkeitsanalysen für kleine und mittlere Unternehmen (KMU), insbesondere Sport-, Fitness- und Gesundheits-Anlagen.

*Dahlenkehe 3i
21077 Hamburg
Tel.: 040 - 64834357
www.fitnesssachverstaendige.de*



Auch wenn man ein Bild mit einer App, die das technisch ermöglicht, repostet, sollte der Fotograf vor der Veröffentlichung unbedingt um Erlaubnis ersucht werden. Auf Instagram gibt es hierfür eine Nachrichtenfunktion; der Rechteinhaber kann, wenn er hierüber eine Info erhält, selbst entscheiden, ob er die Erlaubnis erteilen will.

Das gilt auch für den Fall, dass man die Bilder einfach kopiert, beispielsweise per Screenshot-Tool und dann an einem anderen Ort wieder veröffentlicht. Auch hier muss vorher angefragt werden, ob der Fotograf bzw. der Autor zustimmt. Andernfalls droht – wegen Verletzung des Urheberrechts – eine Abmahnung, eine Geldstrafe und ggf. auch die Verpflichtung zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung, die i. d. R. lebenslang Geltung hat.

EINBETTEN

Einbettung oder Einbindung anklickbarer Links auf den eigenen Websites, die sich der Framing-Technik bedienen, bedeutet, dass die Nutzer z. B. einen Film auf der eigenen Seite betrachten können, der auf einer anderen Seite veröffentlicht ist. Die Framing-Technik ermöglicht es dem Betreiber einer Website, sich ein Werk zu eigen zu machen (sofern der Urheber dies nicht technisch unterbunden hat), ohne dieses kopieren zu müssen. Damit ist eine Vervielfältigung ausgeschlossen.

Wenn es um bereits veröffentlichte Bilder oder das Einbetten von Videos, etwa von YouTube, geht, gilt Folgendes:

Wer ein Video einstellt und die Embedding-Funktion dabei nicht deaktiviert, willigt i. d. R. schlüssig ein, dass andere das Video über soziale Netzwerke teilen. Das Einbetten ist dann rechtlich unproblematisch, wenn die Inhalte dadurch nicht vervielfältigt werden. Besonders das Einbetten von Fotos und Videos war bereits Gegenstand mehrerer Gerichtsverfahren. Dabei ist umstritten, inwieweit das Einbetten überhaupt eine „urheberrechtlich relevante Nutzungshandlung“ ist; schließlich wird das Video ja lediglich verlinkt.

Der Europäische Gerichtshof hat dazu entschieden¹, dass Einbetten dann keine Urheberrechte verletzt, wenn die Inhalte/Videos/Fotos ohnehin frei zugänglich sind und sich an das gesamte Publikum richten. Diese – auch Framing genannte – Aktivität ist aber nach einer Entscheidung des Bundesgerichtshofes nur erlaubt, wenn der Rechteinhaber das Video selbst zuvor auf der Online-Plattform eingestellt und damit für alle Internetnutzer frei zugänglich gemacht hat².

¹ EuGH, Entscheidung vom 21.10.2014, Aktenzeichen C-348/13

² BGH, Urteil vom 09.07.2015, Aktenzeichen I ZR 46/12

³ OLG Frankfurt, Urteil vom 26.11.2015, Aktenzeichen 16 U 64/15; OLG Dresden, Urteil vom 07.02.2017, Aktenzeichen 4 U 1419/16

Beim Teilen und Einbetten von Inhalten stellt sich allerdings immer die Frage, ob der angegebene Rechteinhaber tatsächlich befugt war, diese Inhalte online zu stellen bzw. vorab eine sorgfältige Prüfung zur Rechtmäßigkeit der Nutzung durchgeführt hat.

Man kann sich nicht darauf berufen, in gutem Glauben gehandelt zu haben. Der tatsächliche Rechteinhaber besitzt nämlich die Möglichkeit, gegen jeden Missbrauch vorzugehen.

VERLINKEN

Ein „Hyperlink“, abgekürzt mit „Link“, ist ein Querverweis, der ein elektronisches Dokument (Webseite, Video- oder Audio-Datei, PDF oder andere Formate) mit einem anderen verbindet.

„Links“ setzen Verweise zu Websites im Internet oder zu anderen Profilen bzw. Beiträgen innerhalb eines sozialen Netzwerks.

Aus rechtlicher Sicht ist das Verlinken frei zugänglicher Inhalte zunächst bedenkenlos möglich.

Das wichtige, inzwischen auch von einigen Gerichten³ beurteilte Kriterium ist hier, ob mit der rein technischen Tatsache des Verlinkens auch ein „Zueigenmachen“ des verlinkten Inhalts verbunden ist.

Der Verlinkende als Verbreiter des Inhalts macht sich – nach Auffassung der Gerichte – eine fremde Äußerung dann zu eigen, wenn er sich mit ihr identifiziert. Es muss so wirken, als ob die Äußerung als eigene Meinung des Kommentierenden erscheint. Ob dies der Fall ist, muss jeweils im Einzelfall geprüft werden.

Wenn allerdings einem verlinkten Beitrag eine positive bzw. dringende Leseempfehlung hinzugefügt wird oder aber ein Zusatztext, aus dem man schlussfolgern muss, dass es sich bei dem verlinkten Text um die Meinung des Verlinkenden handelt, würde dieser genauso für rechtswidrige Inhalte haften wie derjenige, der den Text gepostet hat. Bei Beleidigungen, Verunglimpfungen oder sonstigen Verletzungen des Persönlichkeitsrechts anderer durch einen verlinkten und kommentierten Artikel ist daher eine eigene Rechtsverletzung gegeben. ■



Iris Borrmann, DSSV-Juristin

Fragen?

Zu allen rechtlichen Fragen rund um den Studioalltag bietet die Rechtsabteilung des DSSV im Rahmen einer bestehenden Mitgliedschaft die Möglichkeit, eine kostenlose rechtliche Erstberatung mit Einschätzung der Rechtslage zu erhalten, beispielsweise nach Erhalt einer Attestkündigung, zur Überprüfung von Vertragsklauseln oder zu arbeitsrechtlichen Themen.

Telefon: 040 - 766 24 00, E-Mail: dssv@dssv.de