

Medienrecht

im Wintersemester 2021/2022



Inhalte der Lehrveranstaltung

- 13.09.2021 11:45 – 15:15
 - Vorstellung
 - Einführung in das Medienrecht
 - Marken und Domains
- 15.09.2021 11:45 – 15:15
 - Grundlagen des Vertragsrechts Teil 1
- 20.09.2021 15:30 – 18:45
 - Grundlagen des Vertragsrechts Teil 2
- 01.10.2021 07:45 – 13:15
 - Online-Vertragsrecht
 - Wettbewerbsrecht
- 04.10.2021 09:45 – 15:15
 - Urheberrecht
 - Lizenzrecht
- 06.10.2021 11:45 – 13:15
 - Social-Media-Recht
- 14.10.2021 11:45 – 15:15
 - Internationales Recht
 - Verfahrensrecht: Abmahnung und einstweilige Verfügung
 - Verfahrensrecht: Hauptsacheklage

Lehrveranstaltung vom 06.10.2021

- Social-Media-Recht
 - Schutz der Persönlichkeit
 - Urheberrecht
 - Impressum
 - Datenschutz
 - Markenrecht & Namensrecht
 - Wettbewerbsrecht
 - E-Commerce
 - Arbeitsrecht

Social-Media-Recht



Social-Media-Recht

Einführung

Was kann darunter verstanden werden?

1. Schutz der Persönlichkeit
2. Urheberrecht
3. Impressum
4. Datenschutz
5. Markenrecht & Namensrecht
6. Wettbewerbsrecht
7. E-Commerce
8. Arbeitsrecht

Social-Media-Recht

Schutz der Persönlichkeit

Das Internet ist Form der Meinungsäußerung

Tatsächlich vermitteln z.B. anonyme Beitrags- und Ratingfunktionen eine scheinbar nicht verfolgbare, risikolose und letztlich zügellose Mitteilungsfreiheit.

Persönlichkeitsrechtsverletzungen wiegen im Netz aufgrund ihrer uferlosen Verbreitungs- und Abrufmöglichkeit aber teils sogar schwerer als „Offline“-Verstöße. Der Persönlichkeitsrechtsschutz umfasst dabei insbesondere die folgenden Rechtsgüter:

Ehre

Allgemeines Persönlichkeitsrecht

Wirtschaftlicher Ruf

Recht am eigenen Wort

Recht am eigenen Bild (§§ 22 ff. KUG)

Postmortales Persönlichkeitsrecht

Social-Media-Recht

Schutz der Persönlichkeit

Kriterien der rechtlichen Beurteilung

Welche Äußerungen zulässig sind und welche nicht, lässt sich aufgrund der Vielfältigkeit des Lebens nicht pauschal beantworten. Trotzdem lässt sich ein Grundverständnis dafür entwickeln, nach welchen Kriterien die rechtliche Bewertung erfolgt:

Zu Beginn ist stets eine Unterscheidung zu treffen, ob es sich bei der Äußerung um eine Tatsachenbehauptung oder ein Werturteil handelt. Tatsachenbehauptungen sind dem Beweis zugänglich, also objektiv nachprüfbar (Beispiel: „Das Auto ist grün.“).

Dagegen sind Meinungsäußerungen durch subjektive Elemente des Meinens oder Dafürhaltens geprägt und der Wahrheitsprüfung nicht zugänglich (Beispiel: „Ich finde das Auto schön.“).

Social-Media-Recht

Schutz der Persönlichkeit

Rechtsprechung

- Die Veröffentlichung privater Facebook-Nachrichten stellt grundsätzlich eine Verletzung des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts dar. Ausnahme: Berechtigtes Interesse an einer solchen Veröffentlichung oder Thematik von besonderem öffentlichen Interesse (OLG Hamburg, Beschluss vom 04.02.2013, Az. 7 W 5/13).
- Zur Unterscheidung zwischen Meinungsäußerung und Tatsachenbehauptung bei Unterstellung des Kaufs von Facebook-Fans (OLG Frankfurt, Beschluss vom 25.04.2013, Az. 16 W 21/13).
- Zum postmortalen Persönlichkeitsrecht rund um den „digitalen Nachlass“. (BGH Urteil v. 21.06.2018, Az.: III ZR 183/17)
- Folgeveröffentlichung kann dem Drittverbreiter als eigene Handlung einer Rechtsverletzung zurechenbar sein (BGH, Urteil v. 9.04.2019, Az. VI ZR 89/18).

Social-Media-Recht

Urheberrecht

Das Urheberrecht gilt auch für den privaten Bereich und damit für jeden, der Social Media nutzt.

In der Öffentlichkeit wenig bekannt ist das enorme Haftungsrisiko im Zusammenhang mit dem „Sharing“ von

- Videos,
- Zitaten oder
- Bildern,

z.B. über die „Teilen“-Funktion von Facebook oder die Linkhaftung bei Twitter. Verletzt der Beitrag Rechte Dritter, kann dies dann zu einer Eigenhaftung des Teilenden führen.

Eine Haftung für fremde Inhalte – z.B. auf der eigenen Facebook Pinnwand – wird jedenfalls dann vorliegen, wenn sich der Seiteninhaber den Beitrag des Dritten zu eigen macht, etwa durch eine eigene Kommentierung des fremden Inhalts, möglicherweise sogar schon durch ein „Like“ (vgl. BGH, Urteil vom 12.11.2009, Az. I ZR 166/07 – marions-kochbuch.de).

Social-Media-Recht

Urheberrecht

Doch auch ohne ein Zueigenmachen kommt eine Störerhaftung des Seiteninhabers in Betracht, wenn er auf die Rechtsverletzung hingewiesen und zur Löschung aufgefordert wurde, dieser Aufforderung aber nicht oder nicht ausreichend nachkam (vgl. LG Stuttgart, Urteil vom 20.07.2012, Az.: 17 O 303/12; BGH, Urteil vom 17.12.2010, Az. V ZR 44/10; BGH, Urteil vom 25. Oktober 2011, Az. VI ZR 93/10).

Social-Media-Recht

Urheberrecht

Noch einmal zur Verdeutlichung: Urheberrechts- und Persönlichkeitsrechtsverletzungen können auch gegenüber Privatpersonen geltend gemacht werden, z.B. für:

- (Musik-)Videos (Urheberrecht)
- Youtube-Videos (Urheberrecht)
- Fotografien von Dritten (Urheberrecht, Persönlichkeitsrecht)
- Eigene Fotografien (Recht am eigenen Bild, Urheberrecht)
- Zitate (Recht am eigenen Wort, Recht vor entstellter Darstellung)
- Profilfoto (Recht am eigenen Bild, ggf. Urheberrecht)
- Teilen von Beleidigungen (Persönlichkeitsrecht)
- Teilen von Werbeaussagen (Wettbewerbsrecht – nur Unternehmer)
- Sonderfall: Einbindung eines fremden RSS-Feeds auf der eigenen Website (LG Berlin, Urteil vom 27.04.2010, Az. 27 O 190/10).

Social-Media-Recht

Urheberrecht

Die Verwendung von Bildern aus Stockarchiven wie Pixelio, Fotolia oder aboutpixel.de birgt ebenfalls ein erhebliches Abmahnrisiko.

Es ist zu prüfen:

- ob und ggf. unter welchen Einschränkungen die Nutzung der betroffenen Bilder erlaubt ist.
 - Die Nutzungsbedingungen sind maßgeblich.
 - Für Social Media Plattformen begrenzen viele Bildanbieter die Nutzungsrechte ihrer Kunden erheblich oder verbieten die Nutzung gleich ganz (z.B. Pixelio)
- Bei Zweifeln ist mit dem Anbieter in Verbindung zu treten und Freigabe einzuholen.
- Die rechtmäßige Nutzung setzt regelmäßig eine korrekte Urheberkennzeichnung des Bilds mit dem Namen (bzw. Pseudonym) des Fotografen sowie einen Link zum Stockarchiv voraus. Andernfalls drohen Abmahnungen, z.B. durch Fotografen.

Social-Media-Recht

Urheberrecht

Rechtsprechung:

- Das Einstellen einer Fotografie, die mit Erlaubnis des Fotografen auf einer Webseite frei zugänglich ist, auf eine andere Webseite bedarf einer neuen Zustimmung des Urhebers. (BGH, Urteil v. 10.01.2019, Az. I ZR 267/15)

Social-Media-Recht

Impressum

Wer eine Unternehmensseite bei Facebook oder eine sonstige geschäftliche Social Media Präsenz betreibt, muss gemäß § 5 TMG ein vollständiges Impressum angeben.

Das gleiche gilt für Twitter, LinkedIn, Blogs, aber auch Google Places oder Youtube.

Mittlerweile übergreifend über separate Bereiche auf den Anbieterseiten möglich.

Social-Media-Recht

Impressum

Private Nutzung:

Wer ein Social Media Profil ausschließlich zu privaten Zwecken nutzt, muss dagegen kein Impressum bereithalten.

Zweifelsfälle:

- Betrieb eines Blogs
- Handelsplattformen (eBay, mobile.de, immobilienscout.de)

Den geschäftlichen Bereich betreten kann ein an sich privates Social Media Profil auch dadurch, dass der Profilinhaber werbende Beiträge für seine berufliche Tätigkeit postet, z.B. ein Designer, der seine Werke einstellt oder ein Musiker, der auf Auftritte hinweist.

Social-Media-Recht

Datenschutz

Facebook-Fanpages

- EuGH stellte 2018 klar, dass es sich beim Betrieb von sog. „Fanpages“ um eine Form der sog. „gemeinsamen Verantwortung“ handelt.
- Daher Pflicht des Beteibers, auch über die Datenverarbeitungen durch Facebook aufzuklären.
- Derzeit mangels konkreter Kenntnis faktisch unmöglich.

Social-Media-Plugins

- EuGH stellt in 2019 ebenfalls klar, dass auch Social-Media-Plugins eine gemeinsame Verantwortung hervorrufen.
- Über die Datenverarbeitungen ist nicht nur aufzuklären, es ist vielmehr ein explizites Einverständnis einzuholen.

Social-Media-Recht

Datenschutz

Rechtsprechung:

- Sollen z.B. fremde Aufnahmen oder Videos mit Personenbezug ohne Zustimmung des Abgebildeten zu Werbezwecken benutzt werden, dürften in der Regel die Rechte des Abgebildeten überwiegen (vgl. BGH, Urteil v. 01.10.2006, Az. VI ZR 206/95).

Social-Media-Recht

Markenrecht & Namensrecht

Wer bei Facebook, Twitter & Co. einen rein privaten Account nutzt, muss sich um Markenrecht keine Gedanken machen.

Im privaten Bereich hat das Markenrecht keine Bedeutung, da es zwingend Handlungen im geschäftlichen Verkehr voraussetzt.

Allenfalls bei der Verwendung fremder Logos sollte aufgepasst werden.

Ein Schutz als Bildmarke wäre zwar unerheblich, Logos genießen aber unter Umständen Urheberrechtsschutz, der auch im Privatbereich gilt.

Genau wie bei Domains kann auch die Verwendung von Marken als Benutzerkonto markenrechtliche Vorschriften verletzen (für Facebook vgl. KG Berlin, Beschluss vom 01.04.2011, Az: 5 W 71/11, obgleich im konkreten Fall eine Markenverletzung abgelehnt wurde; für Twitter Account siehe „@Mannheim“).

Social-Media-Recht

Wettbewerbsrecht

Regelt hier vorrangig die Verstöße gegen die vorher erwähnten Rechte.

Eine spezielle Ausprägung stellt die Pflicht zur Aufführung eines Impressums dar.

Aber auch auf die Art und Weise von Werbeaussagen und sonstigen Produktanpreisungen ist zu achten, insbesondere beim Umgang mit Spitzenstellungsbehauptungen (sog. USPs).

Insoweit verhält es sich im Bereich Social Media nicht anders als im sonstigen geschäftlichen Verkehr.

Social-Media-Recht

Wettbewerbsrecht

Rechtsprechung:

- Unternehmen haften bei wettbewerbswidrigen Werbepostings ihrer Mitarbeiter in deren Facebook-Accounts auch ohne Kenntnis vom jeweiligen Beitrag auf Unterlassung (LG Freiburg, Beschluss vom 31.07.2013, Az. 12 O 83/13)
- Zuletzt entschied das Landgericht Hagen (Beschl. v. 1. Januar 2018 – 23 O 45/17), dass Markierungen und Verlinkungen auf Fotos in Instagram-Beiträgen Werbung sein können, die gekennzeichnet werden muss.

Social-Media-Recht

E-Commerce

Bei der Verknüpfung von Social-Media-Recht und eCommerce sind grundlegend folgende Vorschriften zu beachten:

- Verbraucherschutzvorschriften rund um Widerrufsbelehrung,
- Kundeninformationen,
- Versandkostenabelle,
- Allgemeine Geschäftsbedingungen und deren Einbeziehung

Social-Media-Recht

Arbeitsrecht

Abmahnungen / Kündigungen

- Behauptungen über ehemalige Arbeitsstelle als „Armseliger Saftladen“, „Arme Pfanne von Chef“, „die Pfeife“ und „Drecksladen“ sind zwar Formalbeleidigungen, waren im konkreten Kontext aber zulässig, da nicht öffentlich einsehbar, sondern nur für Kontakte. (ArbG Bochum, Urteil vom 09.02.2012, Az. 3 Ca 1203/11)
- Fristlose Kündigung eines Azubis nach Äußerungen in privatem Profil bei Facebook über Arbeitgeber als „Ausbeuter und Menschenschinder“, bei dem er „dämliche Scheiße für Mindestlohn minus 20 Prozent erledige“ ist zulässig, da Beleidigung. (Landesarbeitsgericht Hamm, Urteil vom 10.10.2012, Az. 127-007-12;
- Krasse Formalbeleidigungen des Arbeitgeber auf eigener Pinnwand rechtfertigen Kündigung selbst dann, wenn Einträge nur für ca. 70 private Kontakte des Arbeitnehmers einsehbar sind. Dies jedenfalls dann, wenn etwa die Hälfte der „Freunde“ des Arbeitnehmers ebenfalls Mitarbeiter des Unternehmens sind, so dass die Postings einer Veröffentlichung auf dem „Schwarzen Brett“ nahe kommen. (Arbeitsgericht Hagen, Urteil vom 16.05.2012, Az. 3 Ca 2597/11)

Social-Media-Recht

Arbeitsrecht

Abmahnungen / Kündigungen

- Selbst wenn ein den Arbeitgeber beleidigendes Posting eines Dritten vom Arbeitnehmer „geliked“ wird, kann dies eine (fristlose) Kündigung des Arbeitnehmers rechtfertigen. (Arbeitsgericht Dessau-Roßlau, Urteil vom 21.03.2012, Az. 1 Ca 148/11)

Social-Media-Recht

Arbeitsrecht

Recherche über Bewerber / Mitarbeiter

Unabhängig von der rechtlichen Bewertung potentiell persönlichkeitsrechtsverletzender Äußerungen stellt sich die Frage, ob Arbeitgeber überhaupt zu Nachforschungen über den Arbeitnehmer

- im Internet und
- speziell in Sozialen Netzwerken berechtigt ist.

Antworten liefert die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), die den Umgang mit personenbezogenen Daten regelt.

Social-Media-Recht

Arbeitsrecht

Recherche über Bewerber / Mitarbeiter

Bewerber:

Bewerber unterfallen nach dem Schutz der DSGVO.

Personenbezogene Daten dürfen über Bewerber nur erhoben, verarbeitet oder genutzt werden, wenn das Bundesdatenschutzgesetz dies ausdrücklich erlaubt. Eine Recherche in öffentlich zugänglichen Quellen wie Google ist danach zulässig.

Bezogen auf Soziale Netze ist grundsätzlich von Öffentlichkeit auszugehen, insofern die Postings nicht in privaten Gruppen erfolgten.

Social-Media-Recht

Arbeitsrecht

Recherche über Bewerber / Mitarbeiter

Angestellte:

Im Angestelltenverhältnis gilt Art. 82 DSGVO.

Danach dürfen personenbezogene Informationen des Arbeitnehmers erhoben werden, soweit dies für die Durchführung oder Beendigung des Beschäftigungsverhältnisses erforderlich ist.

Der flexible Begriff der „Erforderlichkeit“ fragt im Kern danach, ob es andere Mittel gibt, die den gleichen Zweck erfüllen, aber weniger in die Rechte der Betroffenen eingreifen.

Juristisch formuliert ist eine Datennutzung dann erforderlich, wenn die berechtigten Interessen des Unternehmens auf andere Weise nicht oder nicht angemessen gewahrt werden können.