

Social Media Update 2015

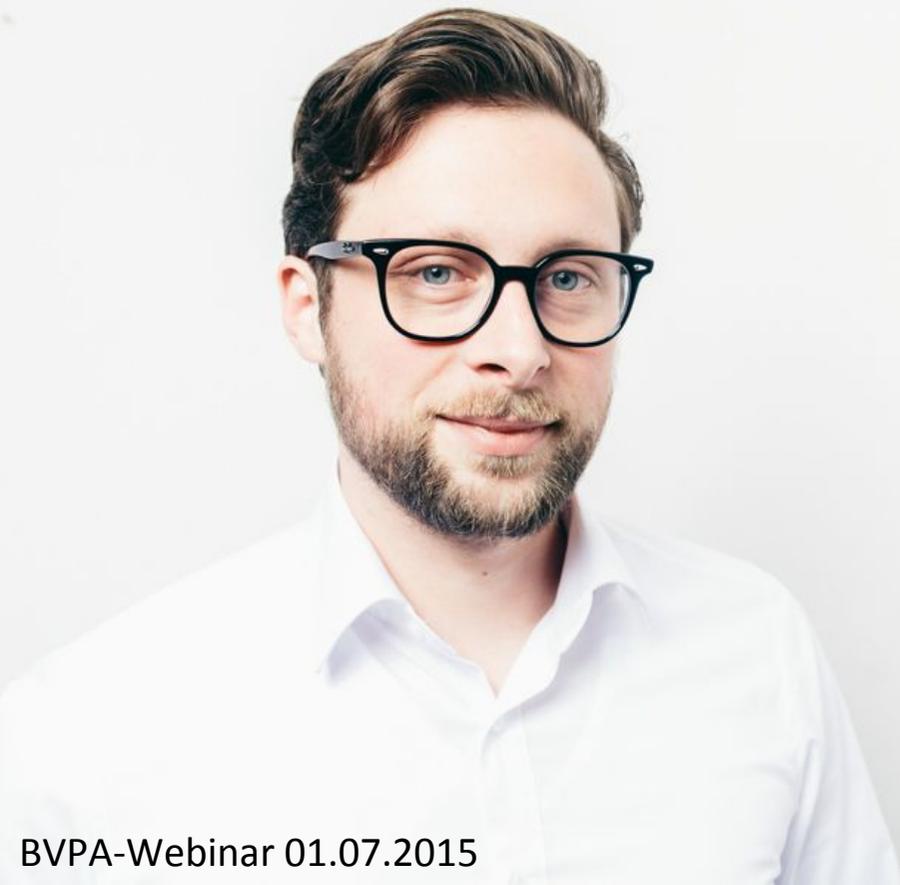
von Böhmermann bis Instagram
geht gleich los...



Social Media Update 2015

von Böhmermann bis Instagram

Referent



Sebastian Deubelli

Rechtsanwalt aus Landshut

Seit Zulassung 2010 im Bereich Medien- und Urheberrecht tätig

Seit 2013 eigene Kanzlei mit Schwerpunkt Fotorecht



Ablauf / Aufbau

- Der Fall Böhmermann
- Verwertung von Bildern aus sozialen Netzwerken
- Der Facebook Share Button
- Miniatur Vorschaubilder bei Facebook
- Embedding
- Die Social Media Lizenz – aktuell zusammengefasst
- Frage - Antwort - Runde

Der Fall Böhmermann

- Abmahnungen gegenüber Jan Böhmermann und Kai Diekmann durch den Fotografen Martin Langer (Hamburg) wegen der Verwendung des Bildes „Rostock-Lichtenhagen 1992“
 - Rechtfertigung von Martin Langer über einen Gastbeitrag auf kwerfeldein
 - Interessantes Zitat auf sueddeutsche.de:

„Denn wenn schon zwei bekannte Medien-Männer daran scheitern, das, was erlaubt ist mit dem in Verbindung zu bringen, was möglich ist, scheint hier eine Lücke zwischen Gesetz und Realität zu klaffen.“

Der Fall Böhmermann

- Unterscheidung privater oder kommerzieller Social Media Account?
 - Wann ist ein Account privat – wann kommerziell?
 - Für die Erforderlichkeit einer Bildlizenz unerheblich
 - Anwaltsgebühren wären im Abmahnfall bei privatem Account gedeckelt
- Fazit: die Social Media Lizenz ist aktueller denn je.
- Bilder sollen immer mehr in Sozialen Netzwerken genutzt werden.
- Auf Bildanbieterseite sollten daher Vorkehrungen für die flächendeckende Einführung getroffen werden.

Verwertung von Bildern aus sozialen Netzwerken

- 1,2 Mio \$\$ Schadensersatz Daniel Morel vs. AFP / Getty Images für die unberechtigte Verwendung seiner Haiti-Erdbebenbilder
 - US-Gericht stellte hier fest, dass das Weiterverbreiten der Bilder über Twitter i.O. gewesen wäre.
 - Eine Entnahme zum kommerziellen Weitervertrieb allerdings nicht.

Verwertung von Bildern aus sozialen Netzwerken

- Wäre eine solche Entscheidung auch in Deutschland denkbar?
 - Grundsätzlich ja, da auch nach deutschem Urheberrecht die unlicenzierte Übernahme von Bildern aus sozialen Netzwerken unzulässig ist.
 - Teilen wäre aber auch in Deutschland wohl unbeachtlich gewesen.
 - Allerdings wäre hier wohl mit anderen Schadensersatzbeträgen hantiert worden.

Verwertung von Bildern aus sozialen Netzwerken

- Wäre eine solche Entscheidung auch in Deutschland denkbar?
 - Der Urheber gibt sein Urheberrecht nicht aufgrund der Twitter Nutzungsbedingungen ab.

„Durch Übermittlung, Veröffentlichung oder Anzeigen von Inhalten über die Dienste gewähren Sie uns eine weltweite, nicht exklusive, unentgeltliche Lizenz (mit dem Recht zur Unterlizenzierung), diese Inhalte in sämtlichen Medien und über sämtliche Verbreitungswege, die gegenwärtig bekannt sind oder in Zukunft bekannt sein werden, zu verwenden, zu vervielfältigen, zu reproduzieren, zu verarbeiten, anzupassen, abzuändern, zu veröffentlichen, zu übertragen, anzuzeigen und zu verbreiten.“

Der Facebook Share Button

- LG Frankfurt entschied, dass der Facebook Share Button auf einer Website demjenigen, der davon Gebrauch macht, die Berechtigung für das Teilen über den Button einräumt. Dies gilt insbesondere auch für Bilder.
- Allerdings dann keine durchgehenden Rechtekette wenn die Aufnahme unlizensiert auf die Website gelangt ist oder aber der Seitenbetreiber keine Lizenz zur Weitergabe in Soziale Netzwerke eingeholt hat.
- Kein gutgläubiger Erwerb von Nutzungsrechten nach dem Deutschen Urheberrechtsgesetz
- Es ist somit bereits bei der Einräumung von Online Lizenzen zu berücksichtigen, ob diese über einen Share Button des Kunden in sozialen Netzwerken landen werden.
- Unter gewissen Umständen kann hier auch von einer stillschweigenden Genehmigung ausgegangen werden.

Miniatur-Vorschaubilder bei Facebook

- Ist die automatisch erzeugte Miniaturvorschau bei über Facebook geteilten Inhalten eine urheberrechtliche Verwertungshandlung?



AG München zur internationalen Zuständigkeit bei Bilderklau

09.06.2015



Oftmals stehen Fotografen und Bildagenturen vor der Frage, ob es sich überhaupt lohnt, Rechtsverletzungen außerhalb Deutschlands in Angriff zu nehmen. Sicherlich ist die Antwort hierauf auch davon abhängig, in welchem Land der Rechtsverletzer sitzt. Wir wollen nachfolgend ein Urteil des AG München vom 12.03.2015 (Az.: 161 C 25133/14) hervorheben, das wir für eine Bildagentur erstritten haben und welches sich mit einer nicht lizenzierten Bildverwendung auf der Website eines schweizerischen Reiseunternehmens befasst.

Das AG München ist unseren Anträgen in allen Punkten gefolgt und hat die Gegenseite vollumfänglich zur Zahlung von Schadensersatz und Anwaltsgebühren sowie Gerichtskosten verurteilt.

Im konkreten Fall wurde das Reiseunternehmen aufgrund der unberechtigten Bildverwendung vorgeichtlich durch Anwaltschreiben bereits zur Zahlung von Schadensersatz und vorgeichtlich Anwaltsgebühren aufgefordert. Nachdem hier keine Einigung herbeigeführt werden konnte, erfolgte zunächst die Geltendmachung im Wege des gerichtlichen Mahnverfahrens. (Dieser ist bei Auslandszustellungen in der Regel zu begründen, um eine Zustellung zu erwirken)



Veröffentlicht von Sebastian Deubelli [?] · 9. Juni um 18:25 ·

Wir haben gestritten.

<http://www.deubelli.com/.../ag-muenchen-zur-internationalen-z...>



AG München zur internationalen Zuständigkeit bei Bilderklau - Kanzlei Deubelli - Medienrecht...

Oftmals stehen Fotografen und Bildagenturen vor der Frage, ob es sich überhaupt lohnt,...

DEUBELLI.COM

Miniatur–Vorschaubilder bei Facebook

- Nach aktueller Rechtsprechung ist die Miniaturvorschau eine urheberrechtliche Verwertungshandlung und daher als herkömmliche Social Media Verwendung zu lizenzieren.
- Welches Glied in der Rechtekette trägt die Verantwortung dafür, dass die Vorschau nicht bei Facebook landet?

Urheber – Websitebetreiber – **Facebook User**

- Daher eher relevant bei der Behandlung unberechtigter Verwendungen und nicht bei der Lizenzierung gegenüber dem Websitebetreiber.
- Darstellung der Praxis aus anwaltlicher Sicht.

Embedding

- Über die neue Embedding Funktion gestattet etwa Instagram das Einbinden von Bildern in die eigene Website.
- Dabei gibt Instagram keine ausdrücklichen Einschränkungen vor.

„Embedding Instagram posts is an easy way to add Instagram photos and videos to the stories you want to tell on articles or websites. You can embed your own content as well as photos and videos from public profiles. As always, people own their Instagram content, and embedded posts give the proper attribution by showing the username and linking back to the original content on Instagram.“

- Ob dies tatsächlich der Fall ist oder etwa bei der Nutzung für Werbekampagnen davon ausgegangen werden muss, dass ein Einverständnis des Instagram-Nutzers hierzu gerade nicht vorliegt, wird die Zukunft zeigen.

Embedding

- In Kombination mit den Instagram Nutzungsbedingungen könnte man auf den Gedanken kommen, dass jeglicher Instagram Content (public) auch für kommerzielle Kampagnen verwendet werden könnte.

„Instagram beansprucht nicht, Inhaber irgendwelcher Inhalte zu sein, die du auf dem oder über den Dienst postest. Stattdessen gewährst du Instagram hiermit eine nicht-exklusive, vollständig bezahlte und gebührenfreie, übertragbare, unterlizenzierbare, weltweite Lizenz für die Nutzung der Inhalte, die du auf dem oder durch den Dienst postest“

Embedding

- Auch der EuGH entschied kürzlich auf Vorlage des BGH hin, dass Embedding bei Youtube in der Regel keine eigenständige Verwertungshandlung darstellt
- Hat dies Auswirkungen auf das Lizenzgeschäft mit Bildern?

Die Social Media Lizenz – aktuell zusammengefasst

- Der Lizenztypus wird durch gesteigerte Relevanz sozialer Netzwerke immer bedeutsamer.
- Immer mehr Bildanbieter ziehen nach und bieten eine Social Media Lizenz an. Hier wird insbesondere thematisiert:
 - Nutzung gestattet?
 - Urhebernennung / Quellenangabe?
 - Branding?
 - Beschränkung der Bildgröße?
- Auch die MFM hat die Honorarempfehlung für Social Media Nutzungen erhöht

Frage – Antwort – Runde

kanzlei deubelli

rechtsanwalt sebastian deubelli
jodoksgasse 588 a
84028 landshut

tel: +49 (0) 871 40 480 466
mail: sebastian.deubelli@deubelli.com

web: www.deubelli.com
www.rights-managed.de

Facebook: [www.facebook.com/
sebastian.deubelli](http://www.facebook.com/sebastian.deubelli)

Twitter: [@radeubelli](https://twitter.com/radeubelli)

