

**Post, like und weg –  
PICTAnight München am 24.07.2014**



## **Aufbau**

- 1. Zum Referenten**
- 2. Inhalte**
  - a. Bildlizenzierung im Social Web**
  - b. Markenkommunikation mit Bildern in sozialen Netzwerken**
- 3. Frage / Antwort Runde – Diskussion**

## 1. Zum Referenten



### **Rechtsanwalt Sebastian Deubelli**

- 2010 als Anwalt zugelassen und seitdem durchgehend auf dem Gebiet des Urheber- und Medienrechts tätig
- April 2013 Gründung der Kanzlei deubelli in Landshut - Schwerpunkt auf der Betreuung von Rechteinhabern aus den Bereichen Bild und Text
- Täglicher Umgang mit Bildagenturen, Fotografen und Verlagen
- Vorträge und Schulungen für Verbände/Kreative/Unternehmen

## 2. Inhalte

### a. Bildlizenzierung im Social Web

#### Nutzungsrechte in in sozialen Netzwerken

#### Problemstellung und Allgemeines zu Rechten an Bildmaterial:

- **Urheber: § 7 UrhG**

Der Fotograf ist stets Berechtigter an von Ihm erstellten Aufnahmen.

- **Nutzungsrechte §§ 31 ff. UrhG**
- Ausschließliche und nicht ausschließliche Nutzungsrechte
- Grundsätzlich ist die Einwilligung des Urhebers Voraussetzung für die rechtmäßige Nutzung eines seiner Bilder
- Bei längeren Rechteketten ist stets auch die Berechtigung zur Unterlizenzierung zu beachten.

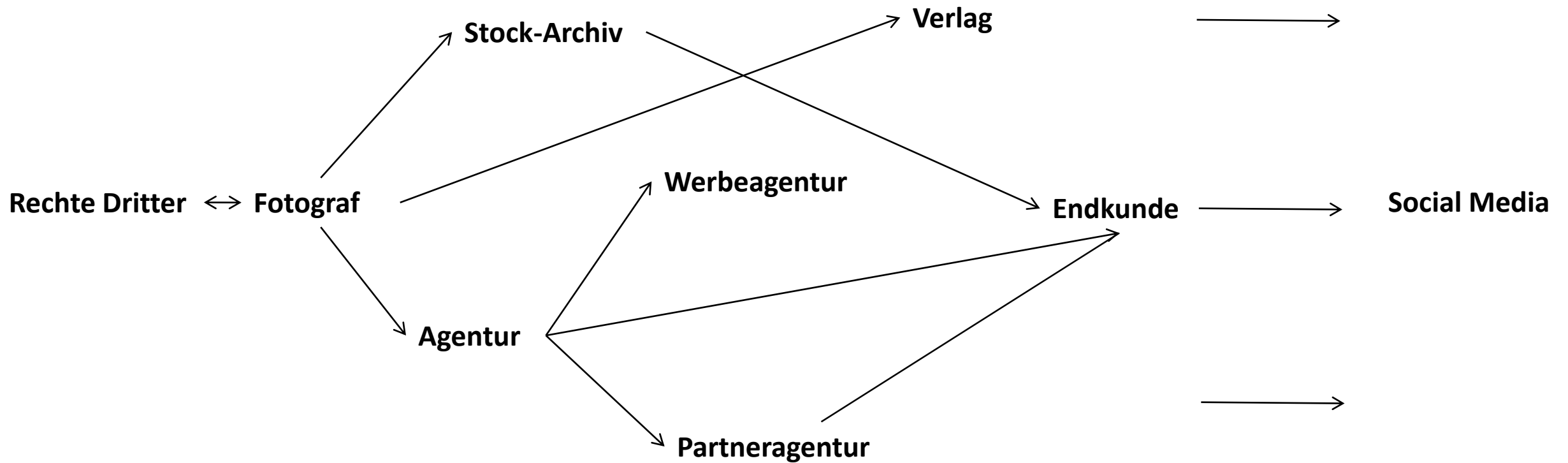
## 2. Inhalte

### a. Bildlizenzierung im Social Web

#### Nutzungsrechte in in sozialen Netzwerken

- Rechte Dritter
- Einwilligungserfordernis bei Aufnahmen, welche Personen oder Bauwerke darstellen, § 22 KunstUrhG

*„Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden.  
...“*



## 2. Inhalte

### a. Bildlizenzierung im Social Web

#### Nutzungsrechte in in sozialen Netzwerken

##### Facebook

*„Dir gehören alle Inhalte und Informationen, die du auf Facebook postest. Zudem kannst du mithilfe deiner Privatsphäre- und Anwendungseinstellungen kontrollieren, wie diese ausgetauscht werden. Ferner: Für Inhalte wie Fotos und Videos, die unter die Rechte an geistigem Eigentum (sog. „IP-Inhalte“) fallen, erteilst du uns durch deine Privatsphäre- und Anwendungseinstellungen die folgende Erlaubnis: Du gibst uns eine nicht-exklusive, übertragbare, unterlizenzierbare, gebührenfreie, weltweite Lizenz **zur Nutzung jeglicher IP-Inhalte, die du auf oder im Zusammenhang mit Facebook postest** („IP-Lizenz“). Diese IP-Lizenz endet, wenn du deine IP-Inhalte oder dein Konto löschst, außer deine Inhalte wurden mit anderen Nutzern geteilt und diese haben die Inhalte nicht gelöscht.“*

## 2. Inhalte

### a. Bildlizenzierung im Social Web

#### Nutzungsrechte in in sozialen Netzwerken

#### Facebook

Widerspruch möglich?





## 2. Inhalte

### a. Bildlizenzierung im Social Web

#### Nutzungsrechte in in sozialen Netzwerken

#### Facebook

*“Big Updates for Small Businesses: New features for Advertisers and Page Admins*

*Today we’re announcing three product updates that will offer small businesses more capabilities for creating ad images and mobile Page management, providing greater freedom to create and test visually compelling ads, and manage Pages on the go.*

*Access to millions of Shutterstock images...”*

## 2. Inhalte

### a. Bildlizenzierung im Social Web

#### Nutzungsrechte in in sozialen Netzwerken

##### Twitter

*„Sie behalten die Rechte an allen Inhalten, die Sie über die Dienste übermitteln, veröffentlichen oder anzeigen. 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.**“*

## 2. Inhalte

### a. Bildlizenzierung im Social Web

#### Nutzungsrechte in in sozialen Netzwerken

##### Pinterest

*“You grant Pinterest and its users a non-exclusive, royalty-free, transferable, sublicensable, worldwide license to use, store, display, reproduce, re-pin, modify, create derivative works, perform, and distribute your User Content on Pinterest solely for the purposes of operating, developing, providing, and using the Pinterest Products. Nothing in these Terms shall restrict other legal rights Pinterest may have to User Content, for example under other licenses. We reserve the right to remove or modify User Content for any reason, including User Content that we believe violates these Terms or our policies.”*

Besonderheit: urheberrechtliche Relevanz von Pin und Re-Pin.

## 2. Inhalte

### a. Bildlizenzierung im Social Web

#### Nutzungsrechte in in sozialen Netzwerken

##### Google+

*„Wenn Sie Inhalte in unsere Dienste hochladen oder auf andere Art und Weise in diese einstellen, räumen Sie Google (und denen, mit denen wir zusammenarbeiten) das Recht ein, diese Inhalte weltweit zu verwenden, zu hosten, zu speichern, zu vervielfältigen, zu verändern, abgeleitete Werke daraus zu erstellen (einschließlich solcher, die aus Übersetzungen, Anpassungen oder anderen Änderungen resultieren, die wir vornehmen, damit Ihre Inhalte besser in unseren Diensten funktionieren), zu kommunizieren, zu veröffentlichen, öffentlich aufzuführen, öffentlich anzuzeigen und zu verteilen. Diese von Ihnen im Rahmen dieser Lizenz gewährten Rechte **dienen ausschließlich zur Durchführung, Förderung und Verbesserung unserer Dienste sowie zur Entwicklung neuer Dienste.**“*

## 2. Inhalte

### a. Bildlizenzierung im Social Web

#### Nutzungsrechte in in sozialen Netzwerken

##### Instagram

*Instagram does not claim ownership of any Content that you post on or through the Service. Instead, you hereby grant to Instagram a non-exclusive, fully paid and royalty-free, transferable, sub-licensable, worldwide license to use the Content that you post on or through the Service, subject to the Service's Privacy Policy, available here <http://instagram.com/legal/privacy/>, including but not limited to sections 3 ("Sharing of Your Information"), 4 ("How We Store Your Information"), and 5 ("Your Choices About Your Information"). You can choose who can view your Content and activities, including your photos, as described in the Privacy Policy.*

Eine geplante Erweiterung, die Bilder auch zu Werbezwecken verkaufen zu dürfen, wurde nach wütenden Protesten von Nutzern wieder verworfen.

## 2. Inhalte

### a. Bildlizenzierung im Social Web

#### Nutzungsrechte in in sozialen Netzwerken

LG Berlin hat mit Urteil vom 6. März 2012 Az 16 O 551/10 (mittlerweile rechtskräftig)

**Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. ./ Facebook Ireland Ltd.**

Facebook verurteilt, es zu unterlassen...

...nachfolgende oder mit diesen inhaltsgleiche Bestimmungen in Verträgen über die Teilnahme an einem sozialen Netzwerk mit Verbrauchern, die Ihren Wohnsitz in der Bundesrepublik Deutschland unterhalten, einzubeziehen, sowie auf die Bestimmungen bei der Abwicklung derartiger Verträge zu berufen:

1. („Erklärung der Rechte und Pflichten“=

2. 1.1 (Ziffer 1.1 „Der Austausch deiner Inhalte und Informationen“ iV.m. Ziffer 16.3.1)

Für Inhalte, die unter die Rechte an geistigem Eigentum fallen, wie Fotos und Videos („IP-Inhalte“), erteilst du uns vorbehaltlich deiner Privatsphäre- und Anwendungseinstellungen die folgende Erlaubnis: Du gibst uns eine nicht exclusive, übertragbare, unterlizenzierbare, unentgeltliche, weltweite Lizenz für die Nutzung aller IP-Inhalte, die du im Zusammenhang mit Facebook postest („IP-Lizenz“)

## 2. Inhalte

### a. Bildlizenzierung im Social Web

#### Nutzungsrechte in in sozialen Netzwerken

LG Berlin hat mit Urteil vom 6. März 2012 Az 16 O 551/10

Folgen dieser Entscheidung?

1. „gegenüber Verbrauchern“
2. Reaktion von Facebook

**Ergebnis:** Zumindest stellen die Nutzungsbedingungen der verschiedenen sozialen Netzwerke einen Punkt dar, den man an keiner Stelle der Rechtekette aus den Augen verlieren sollte.

## 2. Inhalte

### a. Bildlizenzierung im Social Web

#### Nutzungsrechte in in sozialen Netzwerken

Auswirkungen:

- Notwendigkeit einer und Probleme bei der Bemessung der „Social Media Lizenz“
- Probleme im Zusammenhang mit Rechten Dritter
- Bemessung des Lizenzentgelts beim Verkauf von Bildern für Social Media Nutzungen
- Umgang mit dem Problem der freizügigen Nutzung von Bildmaterial in sozialen Netzwerken durch die eigenen Kunden



## 2. Inhalte

### a. Bildlizenzierung im Social Web

#### Nutzungsrechte in in sozialen Netzwerken

#### Lösungsansätze

- Problembewusstes Handeln bei der Einräumung / Einholung einer Social Media Lizenz.
- **Rechteinhaber**
  - Eigene Vertragswerke durchgehen und gegebenenfalls um Social Media Klauseln ergänzen
  - Vermittelnde Lösung für eigene Aufnahmen: Bilder nur kleinformatig in sozialen Netzwerken darstellen
  - Geplante Social Media Nutzung schon bei der Einholung von Erklärungen Drittberechtigter beachten
- **Bildeinkäufer**
  - Bei gewünschter Social Media Nutzung auf Einholung ausreichender Rechte achten.

## **b. Markenkommunikation mit Bildern in sozialen Netzwerken**

### **Bilderklau durch Nutzer sozialer Netzwerke**

- **Verantwortlichkeit der Plattformbetreiber** für Handlungen ihrer Nutzer;  
nach § 10 TMG nur nach Kenntnis.
- **Verantwortlichkeit der Nutzer**
  - für eigene Handlungen immer (Sonderproblem: Miniaturvorschaubilder und Teilen)
  - für Handlungen Dritter (z.B. Pinnwand-Post bei Facebook ab Kenntnis bejahend LG Stuttgart 17 O 303/12) aber wohl keine proaktive Prüfungspflicht.
  - Sonderproblem embedded Links auf der eigenen (Unternehmens-) Website

## **b. Markenkommunikation mit Bildern in sozialen Netzwerken**

### **Richtiger Umgang mit unberechtigten Bildnutzungen – Abmahnung oder nicht?**

Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen

- Wann zum Anwalt und wann den Nutzer selbst anschreiben oder den Verstoß dem Betreiber des sozialen Netzwerks melden?
- Differenzierung zwischen gewerblichen und privaten Nutzern empfehlenswert.
- Erfahrungen aus dem Anwaltsalltag



## Kontakt

### **kanzlei deubelli**

Rechtsanwalt Sebastian Deubelli  
Regierungsplatz 539  
84028 Landshut

tel +49 (0) 871 40 480 466  
Email [sebastian.deubelli@deubelli.com](mailto:sebastian.deubelli@deubelli.com)  
web [www.deubelli.com](http://www.deubelli.com)  
twitter [@radeubelli](https://twitter.com/radeubelli)