



Webinar

# IHK Spezial

Rechtsicher unterwegs in den sozialen Medien



stark.

auch in | Wirtschaftsprüfung.  
| Steuerberatung.  
| Rechtsberatung.

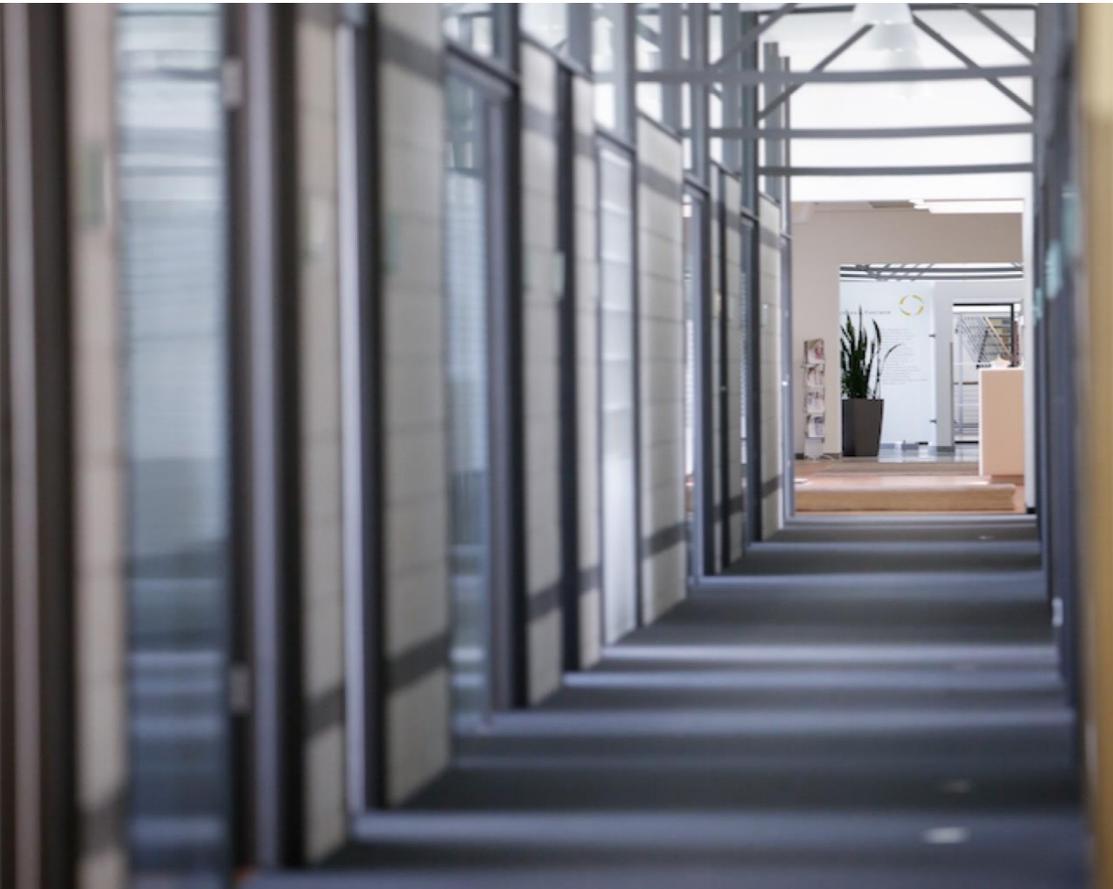
**IHK Spezial Webinar: Rechtssicher unterwegs in den sozialen Medien**

**25. April 2024, 08:45 Uhr – 25. April, 09:30 Uhr**

RA Julian N. Modi, LL.M. Fachanwalt für IT-Recht, Fachanwalt für Urheber-  
und Medienrecht



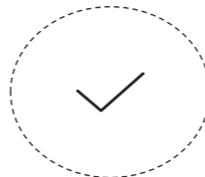
# Agenda



Einleitung und Überblick



Urheberrecht: Einsatz von Bildern und Video



Sonstiger rechtlicher Rahmen für Inhalte  
(Content)

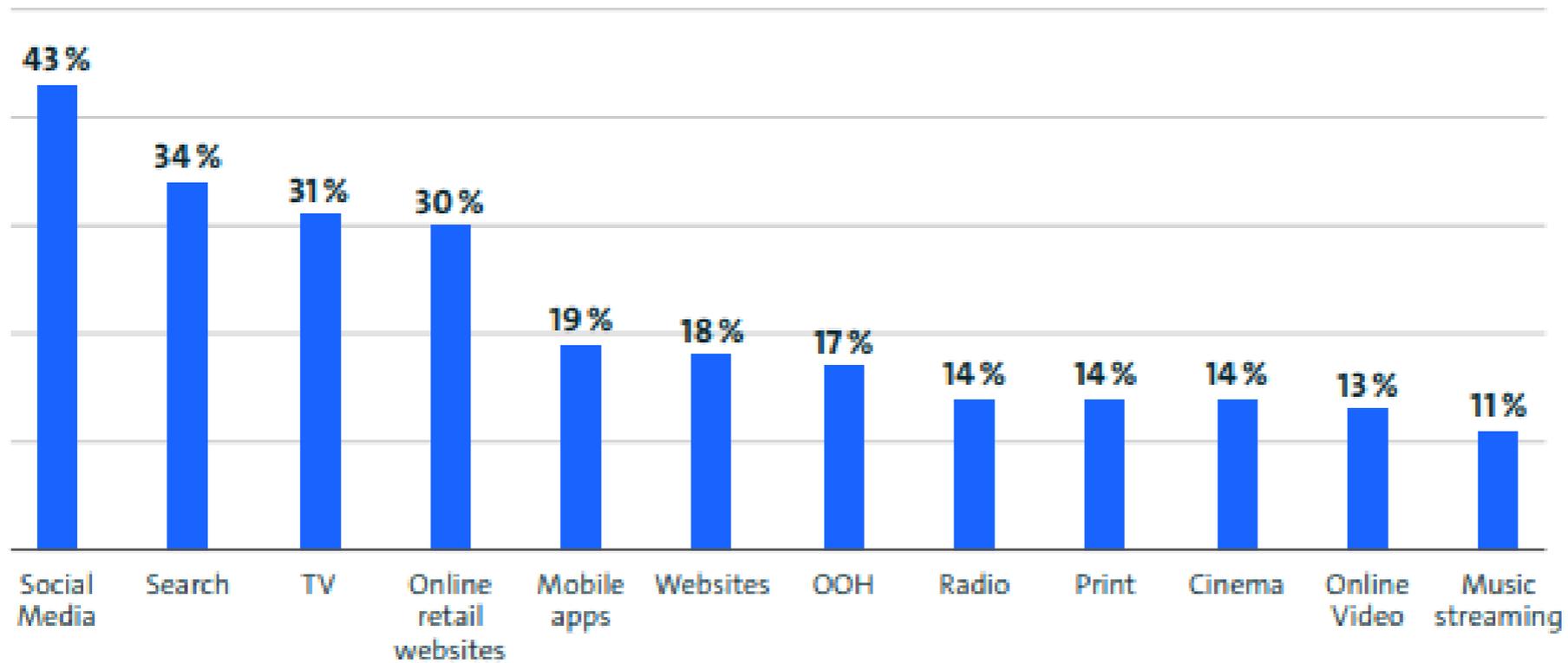


Datenschutz im praktischen Umgang mit  
Nutzern und Kunden



# E-Commerce

› Nutzung von Kanälen zur Entdeckung von Produkten und Märkten

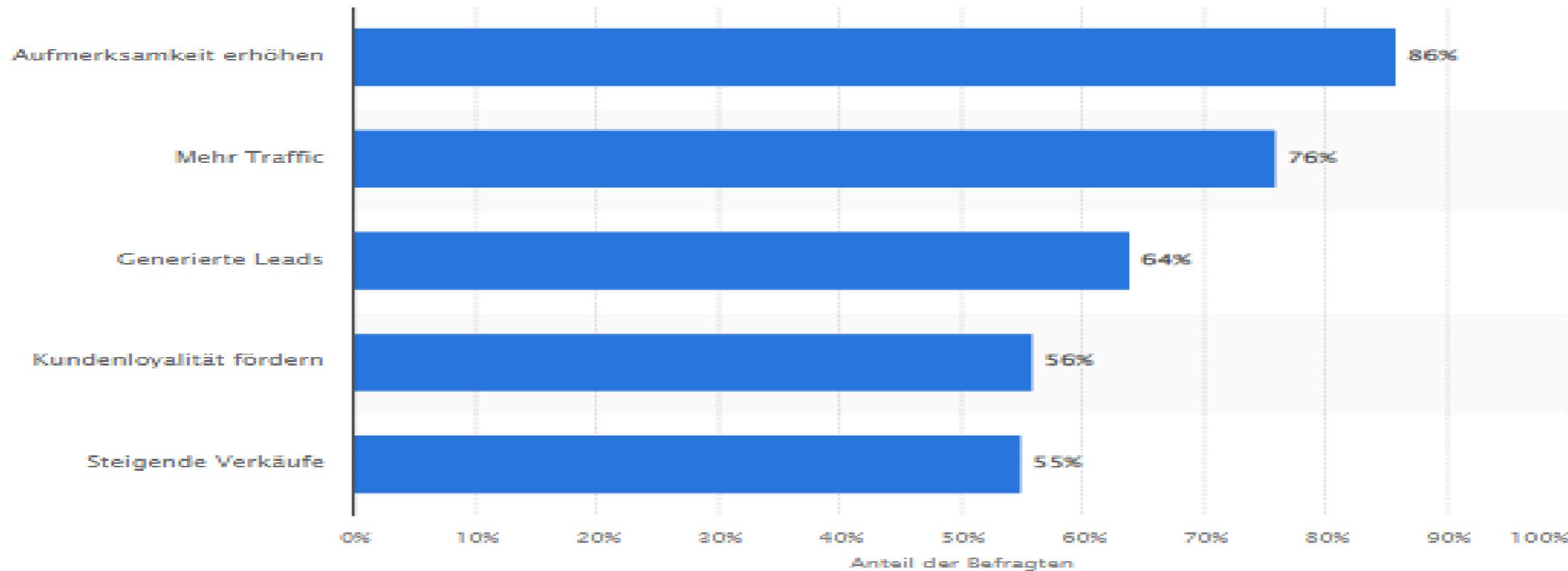


Quelle: GlobalWebIndex 2020 DE



# E-Commerce

## > Nutzen von Social-Media-Marketing für Unternehmen



© Statista 2024

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/186841/umfrage/marketingentscheider-zu-den-vorteilen-von-social-media-marketing/>

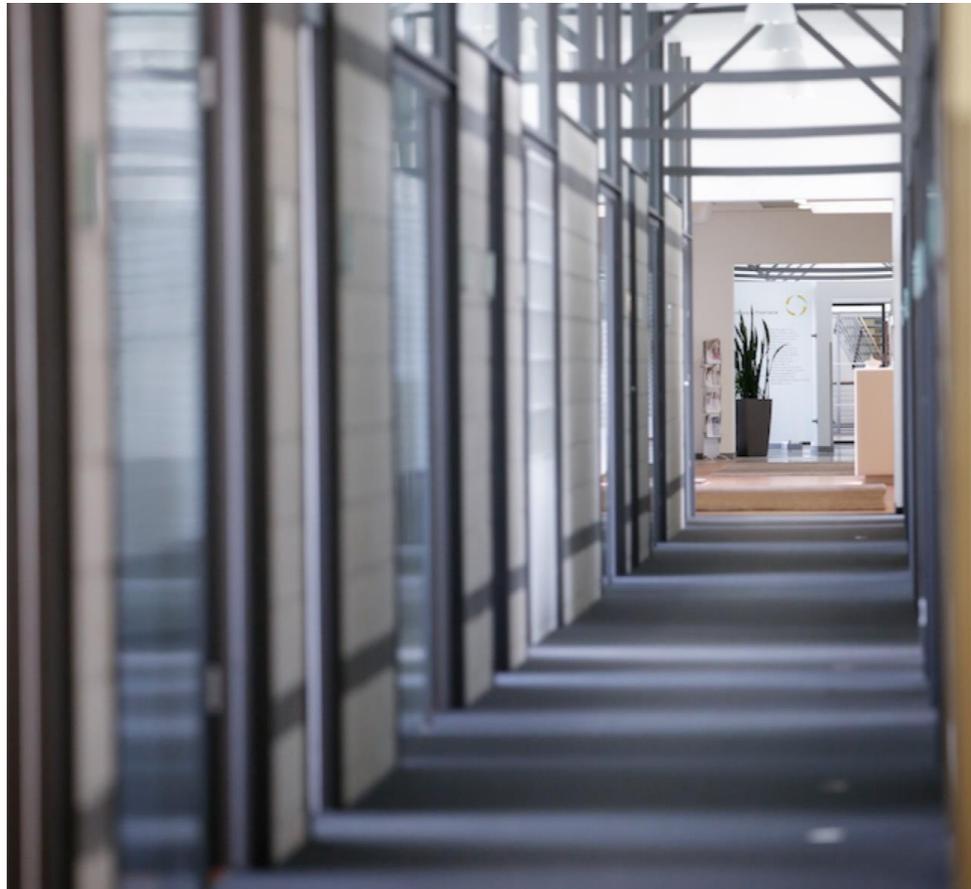


# Rechtsgrundlagen

- › E-Commerce und Social Media-Marketing werfen vielschichtige Rechtsfragen auf, die nicht mit einem klar abgrenzbaren Rechtsgebiet zu beantworten sind, insb. nicht im internationalen Kontext.
- › Das „**Internetrecht**“ ist kein klar abgrenzbares Rechtsgebiet.
  - › Es gibt kein Gesetz, in dem ausschließlich Vorschriften des Internets enthalten sind, die sich mit dem Internetrecht beschäftigen.
  - › Es wird auf die unterschiedlichsten Gesetze zurückgegriffen (BGB, TMG, UrhG, UWG, DSGVO/BDSG etc.).
  - › Das Internetrecht kann insofern auch als Anwendung klassischer Rechtsgebiete auf Internetsachverhalte verstanden werden



# Agenda



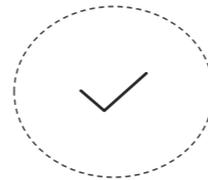
Einleitung und Überblick



Urheberrecht: Einsatz von Bildern und Video



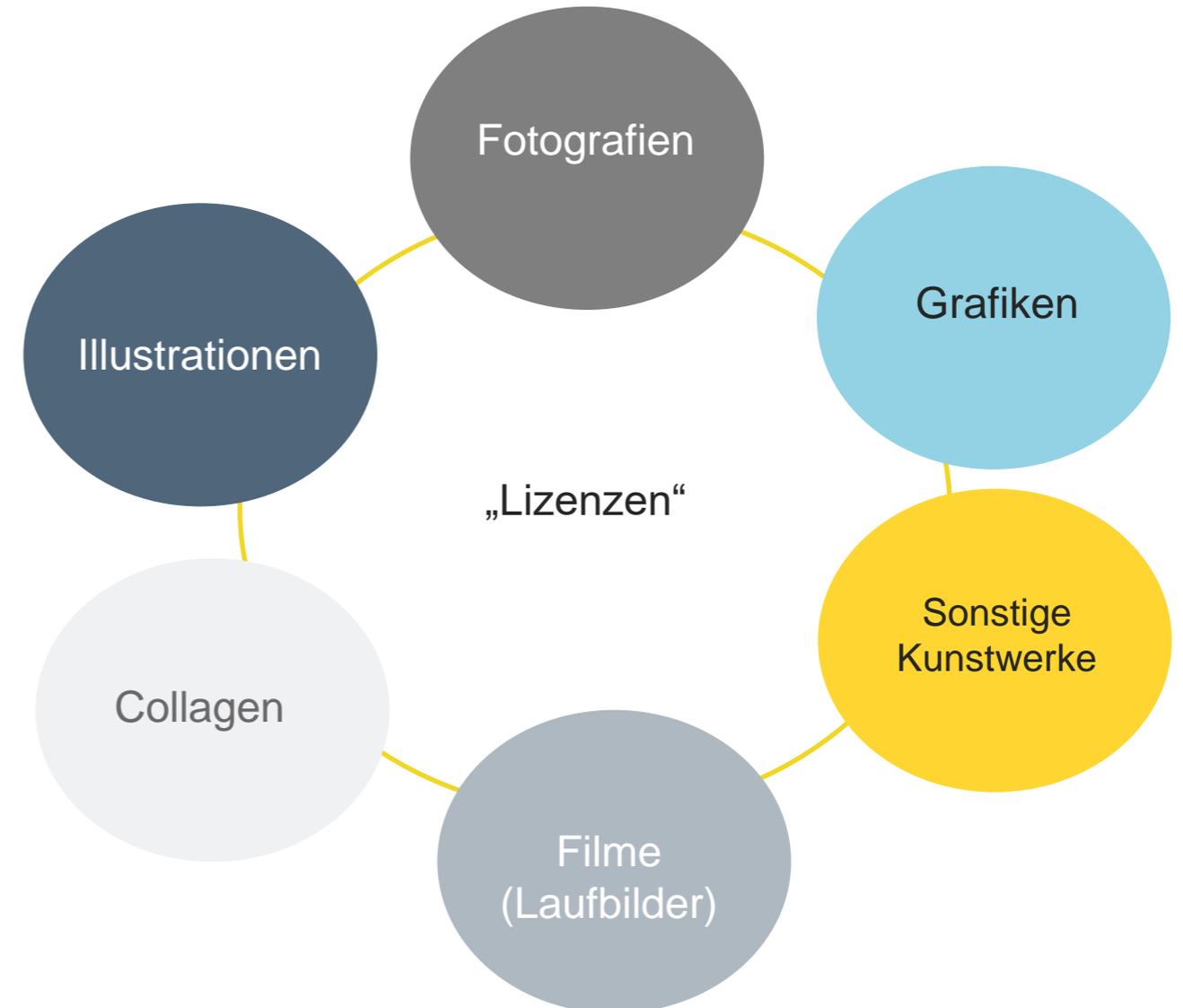
Sonstiger rechtlicher Rahmen für Inhalte (Content)



Datenschutz im praktischen Umgang mit Nutzern und Kunden

# Bildrechte

- › Kein einheitliches Regelwerk/Rechtsgebiet
- › Allgemeines Persönlichkeitsrecht, Recht am eigenen Bild/Recht auf informationelle Selbstbestimmung (Art. 2 I i.V.m. Art. 1 I GG, DSGVO, KunstUrhG (KUG))
  - › Urheberrecht
  - › Marken- und Designrecht
  - › Recht am Eigentum abgebildeter Sachen
- › Entscheidend sind Nutzungs- und Verwertungsrechte





# Das Urheberrechtsgesetz

- › Das Werk gehört dem Schöpfer (Urheber)
- › Er hat das Recht zu bestimmen
  - › ob, wie, wann und auf welche Art und Weise das Werk
  - › vervielfältigt und/oder veröffentlicht wird.
- › Allein der Schöpfer entscheidet über die Werknutzung
- › Sein Urheberrecht als solches kann er nicht übertragen
- › Es kann Nutzungsrechte übertragen (sog. „Lizenzen“ einräumen)
- › **Nutzung fremder Materialien (Fotografien, Abbildungen, Bilder, Collagen etc.) nur mit Zustimmung des Urhebers oder soweit eine sonstige gesetzliche Ausnahme besteht!**





# Nutzungsverträge (Lizenzen)

- › Maßgebliche Inhalte der Rechteübertragung
  - › Art der Nutzung: welche Medien, z.B. Homepage (welche?), Soziale Netzwerke, Print etc. usw.
  - › Umfang der Nutzung: Dauer der Wiedergabe, Auflage, Region, redaktionell oder kommerziell, Gestattung von Bearbeitungen
  - › Umfang der Nutzungsrechts (ausschließliche vs. einfache Nutzungsrechte, übertragbar, unterlizenzierbar): Festlegung, wer das Werk (noch) nutzen kann
  - › Vergütung
  - › Bildquelle/Urheberbenennung erforderlich oder Verzicht
- › Ausschließliches Nutzungsrecht
  - › Bsp.: *„Der Fotograf/Rechteinhaber überträgt sämtliche Nutzungsrecht an der Fotografie/dem Bild XY zeitlich, räumlich und inhaltlich unbeschränkt ausschließlich auf den Auftraggeber.“*
- › Einfaches Nutzungsrecht
  - › Bsp.: *„Der Fotograf/Rechteinhaber überträgt dem Auftraggeber an der Fotografie/dem Bild XY ein einfaches Recht, diese/dieses zu eigenen redaktionellen Zwecken für 1 Monat/Jahr/Tag in Printmedien innerhalb Deutschlands zu nutzen.“*



# Urheberbenennung und Bildquelle

- > Der Schöpfer (der Fotograf) hat generell ein Recht auf Namensnennung (Urheberbenennung, §13 UrhG.)
- > Bei jeder werblichen oder redaktionellen Nutzungen
  - > „Fotograf: Julian Modi“
- > Er kann entscheiden, ob und auf welche Art und Weise seine Nennung vorgenommen werden muss
- > Er kann auch auf seine Nennung verzichten!
- > Generell ist zusätzlich die Bildquelle anzugeben (§ 63 UrhG)
  - > „© Fotolia“



# „Lizenzfreie“ Nutzungen?

- › Bilddatenbanken, die die honorarfreie Nutzung von Abbildungen ermöglichen
  - › „Unsplash“, „pixabay“, „FlickR“ und „wikimedia“
  - › Unterschiedliche Lizenzbedingungen: z.B.
    - › **Pixabay License**  
Freie kommerzielle Nutzung  
Kein Bildnachweis nötig
  - › Standardisierte Lizenzen, die strikt einzuhalten sind
  - › Haftung für widerrechtliche Nutzungen (Geltendmachung von Unterlassungsansprüchen im Rahmen einer Abmahnung und ggf. gerichtliche Verfolgung)
- › **Haftungsrisiken**
  - › nicht erkennbar, ob Bilder mit Zustimmung des Rechteinhabers/Urhebers tatsächlich in die Datenbank eingestellt wurden!
  - › Haftungs-/Gewährleistungsausschluss
  - › **Keine Regressmöglichkeiten, wie etwa gegenüber kommerziellen Bildagenturen!**

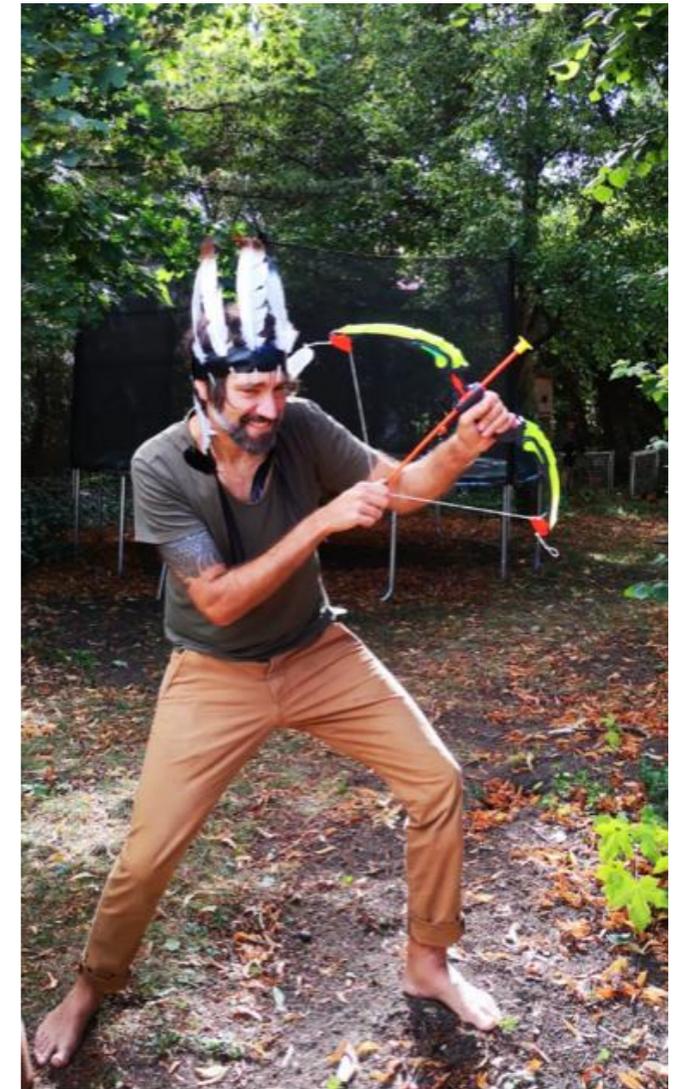


# Sharing, Linking, Liken, Embedding, Copying als typische Verwertungshandlungen

- › Urheberrecht: Vervielfältigung § 16 UrhG, und öffentliche Zugänglichmachung § 19a UrhG
- › Keine eigenständige urheberrechtliche Nutzungshandlung beim einfachen Hyperlink
- › Framing (Embedded Links)
  - › ist regelmäßig zulässig, wenn das Werk bereits im Internet frei zugänglich ist;
  - › dass der Eindruck vermittelt wird, der Inhalt stamme von der Seite, auf der sich der Link befindet, ändert an diesem Umstand nichts und ist dem Wesen der Framing-Technik geschuldet (vgl. EuGH, Beschluss vom 21.10.2014, Az. C-348/13)
- › Einwilligung des Urhebers beim Sharing?
  - › Einwilligung in Weiterleitung rechtfertigt nicht Veröffentlichung auf eigener Website
  - › Share-/Teilen-Symbol allein noch keine Zustimmung zur vollständigen Übernahme durch Dritte; Facebook lässt sich von Nutzern aber i.R.v. AGB gewisse Rechte einräumen
  - › Ggf. Beachtung des Namensnennungsrechts nach § 13 UrhG

# Recht am eigenen Bild

- › Das **Recht am eigenen Bild** bestimmt inwiefern Fotografien von Personen (Bildnisse) **veröffentlicht** werden kann
- › soweit Personen erkennbar sind, dürfen diese Bildnisse nur mit Einwilligung der Abgebildeten veröffentlicht/verbreitet (§ 22 KURhG)
- › Dies gilt erst Recht gem. DSGVO: restriktivere Regelungen gegenüber dem KURhG
- › Es gilt der Grundsatz des Verbots mit Erlaubnisvorbehalt
- › Bedingungen für die Einwilligung s. Art. 7 DSGVO
  - › kein Schriftformerfordernis mehr; auch elektronische Einwilligung möglich, aber: Nachweispflicht
  - › Von anderen Sachverhalten klar zu unterscheiden
  - › In Kenntnis wer der Verantwortliche ist und für welchen Zwecke personenbezogene Daten verarbeitet werden sollen (ErwGr. 42)
  - › vor Abgabe der Einwilligung
    - › Hinweis auf jederzeitige Widerrufsmöglichkeit
    - › Hinweis auf Wirkung des Widerrufs



# Recht am eigenen Bild

## Ausnahmen

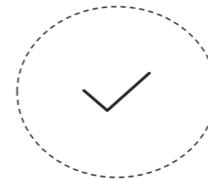
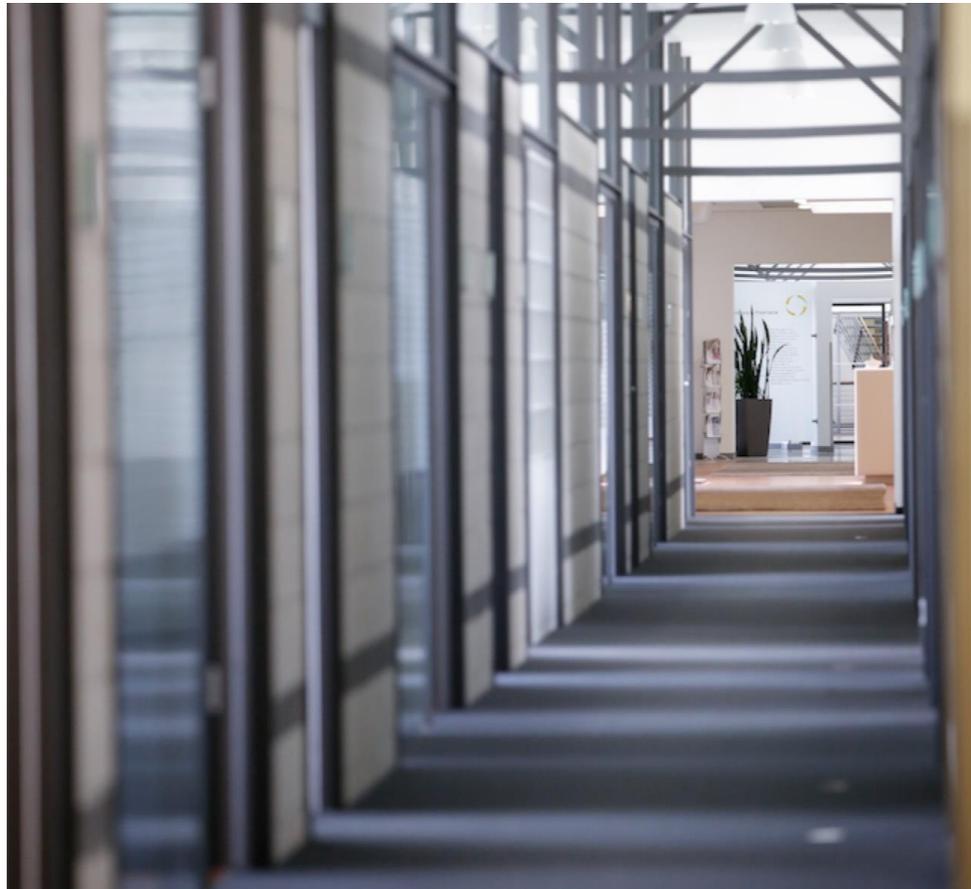
- › Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte
- › Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen
- › Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen

## Vorsicht bei Nutzung von mit KI generierten Inhalten

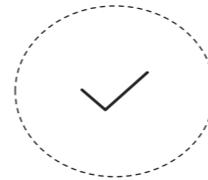




# Agenda



Einleitung und Überblick



Urheberrecht: Einsatz von Bildern und Video



Sonstiger rechtlicher Rahmen für Inhalte  
(Content)



Datenschutz im praktischen Umgang mit  
Nutzern und Kunden



# Anbieterkennzeichnung / Impressumspflicht

Auch Nutzer von „Social Media“ wie Facebook-Accounts müssen eine eigene Anbieterkennzeichnung vorhalten, wenn diese **zu Marketingzwecken benutzt** werden und nicht nur eine reine private Nutzung vorliegt!

- > Impressum:
  - > **Leicht erkennbar**
  - > **Unmittelbar erreichbar** („2-Klick-Regel“) und
  - > **Ständig verfügbar**

➡ auch bei Darstellung über mobile Seiten (z.B. facebook-App)

➡ Account-Name (wohl) nicht ausreichend!



# Meinungsäußerungen und Kommentare

Einhaltung rechtlicher Grenzen bei Meinungsäußerungen und Umgang mit Mitbewerbern:

- › Behauptung falscher Tatsachen strafbar, §§ 186, 187 StGB
- › Beleidigung strafbar, § 185 StGB
- › Schmähungen auch gegenüber Unternehmen rechtswidrig, § 823 Abs. 1 BGB
- › Herabsetzung oder Verunglimpfung des Wettbewerbers wettbewerbswidrig, § 6 Abs. 2 Nr. 1, 8 UWG
- › Vergleich von eigenen Leistungen mit denen von Wettbewerbern nur in engen Grenzen, § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG

**Kein Internet-Pranger!**



# Haftung für Inhalte

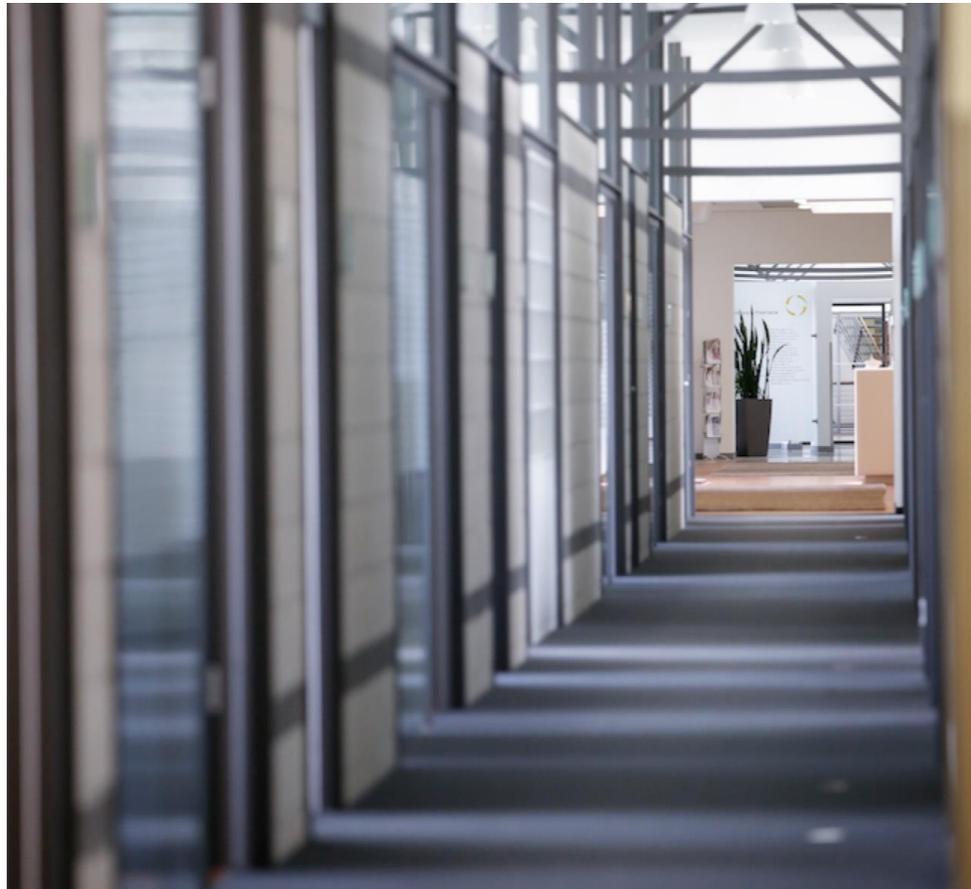
- › Betreiber von Social Media Profilen haften für **eigene Inhalte**
- › Haftung für die **von Dritten/Fans eingestellten Inhalte**, falls
  - › Inhalte der Nutzer **zu Eigen gemacht** werden  
(kommentieren fremder Inhalte)
  - › **Provozierte Rechtsverstöße**  
(Profilinhaber fordert Fans auf, über schlechte Erfahrungen mit anderem Unternehmen zu berichten)
  - › **Keine Löschung des Inhalts auf der eigenen (Profil-)seite trotz Kenntnis** der Rechtswidrigkeit
  - › Auch falls **Mitglied, das wiederholt Rechtsverstöße begeht**, nicht von der (eigenen) Seite ausgeschlossen wird



# Influencer-Marketing

## **Problem: Influencer werben für Produkte/Dienstleistungen, verschleiern aber den Werbecharakter**

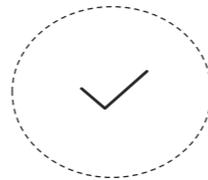
- › Kennzeichnung der Werbung ist nur erforderlich, wenn aus der konkreten Gestaltung eines Beitrags der Werbecharakter nicht auf den ersten Blick erkennbar ist
- › Eigene Imagewerbung des Influencers selbst muss nicht gesondert gekennzeichnet werden
- › Dritt-/Fremdwerbung (bspw. Werbung für Kleidung/Accessoires mit sog. „Tap Tags“) kennzeichnungspflichtig, wenn der Influencer eine Gegenleistung für die Darstellung eines bestimmten Produkts von dem Unternehmen erhält.
- › Gegenleistung muss nicht in Geldzahlung bestehen
- › unter Gegenleistung können auch kostenlos zur Verfügung gestellte Produkte eines Unternehmens fallen
- › Kennzeichnungspflicht besteht auch, wenn ein Beitrag nach seinem Gesamteindruck übertrieben werblich ist, also einen werblichen Überschuss enthält
- › Das alleinige Verwenden von Tap-Tags, um die Hersteller der abgebildeten Waren zu bezeichnen, reicht nicht aus.



Einleitung und Überblick



Urheberrecht: Einsatz von Bildern und Video



Sonstiger rechtlicher Rahmen für Inhalte  
(Content)



Datenschutz im praktischen Umgang mit  
Nutzern und Kunden



# Rechtsgrundlagen

- › Die Europäische Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) harmonisiert EU-weit seit dem **25.05.2018** das Datenschutzrecht
- › Auslegungs- und Wirksamkeitsmaßstab der nationalen Regelungen
- › Dies gilt auch für die weiteren gesetzlichen Regelungen wie etwa das TMG oder das seit 2021 in Kraft getretene Telekommunikation-Telemedien-Datenschutzgesetz (TTDSG)



# Mitverantwortlichkeit von Unternehmen

## Konstante Datenverarbeitung bei der Nutzung Sozialer Medien

- › Social Media Anbieter (Facebook, Instagram und Co.) erheben und Verarbeiten selbst personenbezogene Daten wie Name, Alter, Geschlecht etc.
  - › Sind damit datenschutzrechtlicher **Verantwortlicher**
- › Unternehmen, die Kanäle auf solchen Medien betreiben, sind nach dem EuGH für die Verarbeitung der Daten **mitverantwortlich**
  - › Betreiber, die den „Gefällt mir“-Button in ihre Internetangebote einbinden, so dass personenbezogene Daten des Nutzers an Facebook übermittelt werden, sind gemeinsam mit dem Social-Media-Anbieter für die Datenverarbeitung verantwortlich (vgl. EuGH, Urt. v. 29.07.2019, Az. C-40/17 „Fashion ID“)
  - › Dies gilt auch andere Social Media Plug-Ins von Instagram, Twitter und Co.
  - › Erforderlich ist ein Vertrag zur gemeinen Verantwortlichkeit (sog. Joint Controller Agreement) nach Art. 26 DSGVO
  - › **Datenübermittlung nach EU-U.S. Data Privacy Framework**





# Datenschutzgrundverordnung

## Ermächtigungsgrundlagen

Die wichtigsten Ermächtigungsgrundlagen im unternehmerischen Kontext sind

- › Die Einwilligung:
  - › Die betroffene Person muss ihre Einwilligung zur Datenverarbeitung geben. Diese muss **freiwillig, bestimmt und informiert** abgegeben werden
  
- › Die Vertragserfüllung:
  - › Die Datenverarbeitung ist notwendig, um einen Vertrag zu erfüllen, in dem die betroffene Person Partei ist oder um einen Vertrag auf Anfrage der betroffenen Person zu schließen.
  
- › Die rechtliche Verpflichtung:
  - › Die Verarbeitung ist notwendig, um einer rechtlichen Verpflichtung nachzukommen
  
- › Berechtigte Interessen:
  - › Die Verarbeitung ist zur Wahrung berechtigter Interessen des Unternehmens oder eines Dritten notwendig, sofern nicht die Interessen



# Informationspflichten nach Art. 13 DSGVO.

- › Die DSGVO stärkt in besonderem Maße die Rechte Betroffener einer Datenverarbeitung und vervielfacht die Informationspflichten. Bei der Erhebung der Daten beim Betroffenen müssen nun insbesondere folgende Angaben gemacht werden ( Art. 13 DSGVO):
- › genaue Kontaktdaten des Verantwortlichen, dessen Vertreter sowie des Datenschutzbeauftragten;
- › die Zwecke und die Rechtsgrundlage der Verarbeitung, bei einer Verarbeitung auf Grund eines „berechtigten Interesse“ zudem eine genaue Darlegung dessen;
- › neben der Offenlegung weiterer Empfänger der Daten insbesondere eine mögliche Weiterleitung der Daten in Drittländer (z.B. USA) sowie die Rechtsgrundlage für diese Übermittlung (z.B. bei Übermittlung an weitere Unternehmen im Konzernverbund oder an einen Cloud-Anbieter)



# Informationspflichten nach Art. 13 DSGVO.

- › die Dauer der Speicherung der personenbezogenen Daten (z.B. 3 Jahre) oder die Kriterien der Festlegung (z.B. während der Dauer der Vertragsbeziehung);
- › eine Belehrung über sämtliche bestehende Betroffenenrechte (Auskunft, Berichtigung, Löschung, u.U. Widerspruch sowie Datenübertragbarkeit);
- › das Bestehen eines Beschwerderechts bei der Aufsichtsbehörde;
- › Hinweis, ob die Bereitstellung der Daten gesetzlich oder vertraglich vorgeschrieben oder für einen Vertragsabschluss erforderlich ist, sowie auf die Folgen der Nichtbereitstellung.



# Datenschutzhinweise

## Datenschutzhinweise über Social Media Kanäle gem. Art. 13 DSGVO

- › Social Media Plattformen verarbeiten Daten nicht auf exakt gleicher Weise wie Sie auf Ihrer Website
  - › eigene, speziell auf den Social Media Auftritt zugeschnittene Datenschutzerklärung notwendig
  - › Verlinkung auf die Datenschutzerklärung der Website idR nicht ausreichend
  - › Erreichbarkeit von jeder Unterseite notwendig
- › Inhalt entspricht den Anforderungen an die Erklärung bei Websites
  - › Allgemeine Angaben
  - › Angaben zu den jeweils genutzten sozialen Kanälen





# Werbezwecke

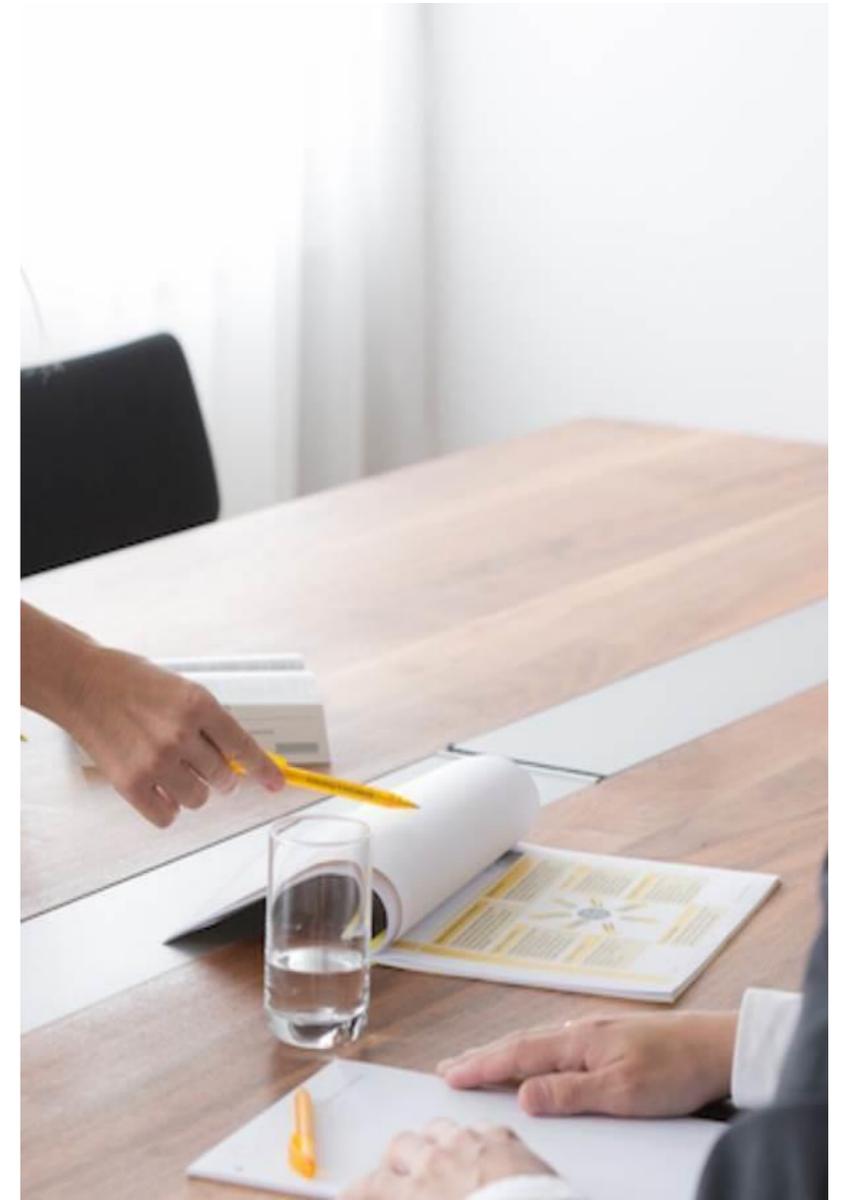
## **Datenschutzkonformer Umgang mit Nutzerdaten zu Werbezwecken**

- › Schalten von Werbeanzeigen allein stellt keine Erhebung personenbezogener Daten dar
- › Problemfelder:
  - › Erfassen von Nutzerdaten über Social Media, bspw. über Kontaktformular, Gewinnspiel
    - › Information des Nutzers über Reichweite der Einwilligung und Nutzungszwecken zwingend notwendig
  - › Klick auf „Gefällt mir“ keine (ausdrückliche) Einwilligung
  - › Keine Werbebotschaften auf Pinnwänden anderer Benutzer
  - › Kein Versand von Werbung über persönliche User-Profile, wie etwa die der Mitarbeiter
- › Daneben: Beachtung der allgemeinen „Werbe-Regeln“
  - › keine wettbewerbswidrigen Aussagen
  - › Informationen und wertende Äußerungen wahr und transparent

# Umgang mit Kundenrezensionen

## Rechtssichere Werbung mit Kundenrezensionen? Datenschutzrecht – Verarbeitung personenbezogener Daten?

- › Authentische Wiedergabe der Rezension nur mit **Namensnennung** möglich
  - › Einwilligung des Kunden, Art. 6 Abs. 1 **lit. a** DSGVO
  - › Problem: jederzeitige Widerrufsmöglichkeit
  
- › Vorliegen eines berechtigten Interesses, Art. 6 Abs. 1 **lit. f** DSGVO
  - › Erstellung einer öffentlich abrufbaren Online-Rezension führt zu einem Zugang der Allgemeinheit zum personenbezogenem Datum
  - › Kunde „entwertet“ das Datum damit selbst
  - › **Interessen des Händlers überwiegen und rechtfertigen eine Bewertungsübernahme und damit die Weiterverarbeitung des Datums**





# Vielen Dank.

[www.sonntag-partner.de](http://www.sonntag-partner.de)

AUGSBURG	+49 821 570 58-0
MÜNCHEN	+49 89 255 44 34-0
ULM	+49 731 379 58-0
NÜRNBERG	+49 911 815 11-0

Sonntag & Partner  
Partnerschaftsgesellschaft mbB  
Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Rechtsanwälte



**SONNTAG**  
Wirtschaftsprüfung. Steuer. Recht.





## Julian N. Modi

Rechtsanwalt, LL.M.  
Fachanwalt für IT-Recht  
Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht  
Partner

- › Gewerblicher Rechtsschutz (Marken-, Patent-, Design- bzw. Geschmacksmusterrecht)
- › Urheber- und Wettbewerbsrecht
- › IT-Recht/Internetrecht
- › Medien- und Presserecht
- › Allgemeines Zivil- und Wirtschaftsrecht
- › Datenschutzrecht

Standort: > Augsburg

Tel: > +49 821 57058 - 159

Fax: > +49 821 57058 - 153

E-Mail: > [julian.modi@sonntag-partner.de](mailto:julian.modi@sonntag-partner.de)

# Veranstaltungen für den Einzelhandel

## Präsenz-Workshops „Erfolgreich handeln“

## Webinare „Digitaler Donnerstag“

### Einstieg in den E-Commerce

15. Juli 2024, 10:00 – 17:00 Uhr  
IHK Schwaben in Augsburg  
Anmeldung: <https://t1p.de/za9dq>



### Diebstahl im Blick: Maßnahmen für den Einzelhandel

13. Juni 2024, 08:45 – 09:30 Uhr, Online  
Anmeldung: <https://t1p.de/xim7r>



### Einstieg in Social Media mit Instagram & TIK TOK

17. September 2024, 10:00 – 14:00  
IHK Regionalgeschäftsstelle Memmingen  
Anmeldung: <https://t1p.de/rai4h>



### Strategien und Kampagnen auf Social Media

23. September 2024, 10:00 – 14:00 Uhr  
IHK Schwaben in Augsburg  
Anmeldung: <https://t1p.de/zpdyf>



## E-Commerce Beratungstage – Einzelgespräche

am 19. Juni 2024 in Memmingen  
am 20. Juni 2024 in Kempten

Anmeldung: [elke.hehl@schwaben.ihk.de](mailto:elke.hehl@schwaben.ihk.de)



**Vielen Dank für  
Ihre Aufmerksamkeit!**

Weitere Informationen unter  
[👉 \*\*ihk.de/schwaben/ihkspezial\*\*](https://www.ihk.de/schwaben/ihkspezial)