

VORSCHAUBILDER IN SOZIALEN NETZWERKEN

Das Internet von heute ist nicht mehr nur eine Softwareplattform sondern in erster Linie zu einem multiaktiven Datennetz geworden, in welchem die Grenzen zwischen Inhalteanbieter und Nutzer mehr und mehr verschwimmen. Informationen werden nicht nur über Suchmaschinen auffindbar, sondern vor allem über neue Kommunikationstechnologien und -strukturen wie soziale Netzwerke verbreitet. Mit einem Klick erreichen Empfehlungen für bestimmte Inhalte eine Vielzahl von Nutzern. Das Teilen und Weiterempfehlen von Informationen über das Internet ist heute nicht mehr wegzudenken.

Viele Unternehmen, Agenturen oder Nachrichtenportale haben Social Media-Empfehlungsfunktionen (Social Plugins) in ihre Angebote integriert oder unterhalten eigene Unternehmensseiten in sozialen Netzwerken. Nun wurde ein erster Fall bekannt, in welchem ein gewerblicher Facebook-Nutzer abgemahnt wurde, weil er einen Link mit Dritten „geteilt“ hatte. Die Empfehlung enthielt ein Miniaturbild eines auf der Ursprungswebseite integrierten Fotos. Darf man Links also nicht teilen?

Inhaltsübersicht

1. Wie funktionieren die Empfehlungsfunktionen auf vielen Webseiten?
2. Warum kann in sozialen Netzwerken das Teilen von Links mit Vorschaubildern risikobehaftet sein?
3. Ist die automatische Bildvorschau nicht eigentlich erlaubt?
4. Willigen Webseitenbetreiber durch die Integration von Social Plugins in die Verwendung für Vorschaubilder ein?
5. Was ist mit Texten oder Videos?
6. Was gilt für selbst erstellte Inhalte?
7. Welche Haftungsrisiken bestehen für Profilinhaber und Webseitenbetreiber?
8. Besteht ein Unterschied zwischen öffentlich zugänglichen und geschützten Profilen?
9. Wie können Nutzer und Unternehmen die Risiken minimieren?
10. Welche Inhalte dürfen sorgenfrei in Social Media verbreitet werden?

1. Wie funktionieren die Empfehlungsfunktionen auf vielen Webseiten?

Das „Weitersagen“ oder „Teilen“ über soziale Netzwerke wie Facebook, Google+, Pinterest oder Twitter ist heute eine der gängigsten Formen, Freunde und Bekannte auf interessante Informationen aufmerksam zu machen. Beinahe jedes soziale Netzwerk bietet diese Funktionen für seine Profilnutzer an. Webseitenbetreiber erhalten die Möglichkeit, entsprechende Skripte in ihren Online-Auftritten zu integrieren.

In externe Webseiten sind diese Social Plugins direkt mit dem jeweiligen sozialen Netzwerk verknüpft und z. B. bei Facebook über einen sogenannten iFrame eingebunden. Die Skripte stellen damit lediglich eine Erweiterung des jeweiligen Services dar. Wenn Facebook-Nutzer eine entsprechende Webseite besuchen, erkennt das Facebook-iFrame, ob der Nutzer angemeldet ist. Social Plugins sind hier so eingerichtet, dass der Webseitenbetreiber außer allgemeinen, anonymisierten Statistiken keine der über das Social Plugin ausgetauschten Informationen erhält. Dabei ist es nicht nur angemeldeten Nutzern innerhalb des Netzwerks möglich, Inhalte zu bewerten und auszutauschen.

Durch das Klicken von „Gefällt mir“ zeigt man, dass einem ein Inhalt gefällt – direkt am entsprechenden Inhalt. Mit Hilfe der „Teilen“-Funktion werden zusätzlich Links und damit externe Inhalte auf der eigenen Timeline bei Facebook geteilt. Beim „Teilen“ erstellt das Skript

dann neben dem Linkverweis an sich automatisch eine kleine Vorschau von Texten, Bildern oder Videos, welche sich auf der Webseite befinden.

Diese Darstellung ist natürlich nützlich, denn auf diese Weise wird Dritten der Inhalt schneller erfassbar gemacht und obendrein die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die Webseite schließlich aufgerufen wird, um mehr zu erfahren.

2. Warum kann in sozialen Netzwerken das Teilen von Links mit Vorschaubildern risikobehaftet sein?

Fotos unterliegen einem umfassenden urheberrechtlichen Schutz. Ohne entsprechende Erlaubnis des Urhebers dürfen diese nicht ohne weiteres benutzt werden z. B. vervielfältigt¹ oder öffentlich zugänglich gemacht².

Als Werke sind all jene Inhalte geschützt, welche Ausdruck einer persönlichen geistigen Schöpfung sind. Auf eine besondere Originalität kommt es dabei nicht an. Um Schöpfungshöhe annehmen zu können, muss sich das Werk lediglich von der Masse des Alltäglichen und von handwerklichen oder routinemäßigen Leistungen abheben³. Die Gerichte lassen hier regelmäßig bereits einen geringen Grad an Schöpfungshöhe ausreichen. Fotos sind als Lichtbildwerk also dann geschützt, wenn sie wenigstens einigmaßen kunstvoll oder eigen sind.

Aber auch für ein einfaches Foto kann derjenige, welcher dieses mit eigenem Aufwand herstellt (Fotograf oder Entwickler), den so genannten Lichtbildschutz für sich in Anspruch nehmen. Darauf, ob es sich um ein Foto in voller Auflösung oder lediglich um ein kleines, unscharfes Vorschaubild (Thumbnail) handelt, kommt es weder bei der einen noch der anderen Kategorie an.

Mit dem Posten von Vorschaubildern auf dem eigenen Profil werden die unter dem geteilten Link enthaltenen Fotos kopiert (vervielfältigt) und auf dem eigenen oder einen anderen Profil dargestellt (öffentlich zugänglich gemacht). Diese automatisch ablaufenden Prozesse stellen urheberrechtlich relevante Handlungen dar, welche grundsätzlich der vorherigen Erlaubnis des Rechteinhabers bedürfen.

Dass die Erstellung der Vorschau automatisch abläuft ändert nichts an der Tatsache, dass dieser Vorgang vom Nutzer selbst initiiert wird. Insoweit stellen die von den sozialen Netzwerken selbst oder über die Webseitenbetreiber angebotenen Empfehlungsfunktionen lediglich das Werkzeug dar, mit welchem der Nutzer die Empfehlungen bewerkstelligen kann. Es gilt hier also im Zweifel erst einmal nichts anderes als beim klassischen Hochladen und Veröffentlichen von Inhalten im Internet.

3. Ist die automatische Bildvorschau nicht eigentlich erlaubt?

Die Frage ist berechtigt. Tatsächlich hat der Bundesgerichtshof (BGH) in zwei Urteilen⁴ aus dem Jahre 2010 entschieden, dass die Darstellung von automatisch erstellten Thumbnails im

¹ Vgl. § 16 UrhG

² Vgl. § 19a UrhG

³ vgl. BGH GRUR 1987, 704, 706

⁴ Vgl. BGH v.29.4.2010, Az. 1 ZR 69/08 – Vorschaubilder I und BGH v. 19.10.2011, Az. 1 ZR 140/10 – Vorschaubilder II

Rahmen der Vorschauliste in der Bildersuche bei Google nicht in jedem Falle gegen das Urheberrecht verstößt.

In den jeweiligen Fällen hatten Fotografen von Google verlangt, die auf ihren Webseiten präsentierten Fotos nicht ungefragt im Rahmen der Bildersuche zu kopieren und zu veröffentlichen. Das Gericht hatte jedoch bestätigt, dass die textgestützte Bildersuche mit der Anzeige der gefundenen Abbildungen in Vorschaubildern ein übliches Verfahren von Bildersuchmaschinen ist. Diese seien für das Auffinden von Inhalten im Internet unerlässlich und ermöglichen erst dessen sinnvolle Nutzung. Eine Indexierung und damit Darstellung im Rahmen einer Vorschau sei demnach erwartbar.

Wer seine Webseite suchmaschinenoptimiert öffentlich zugänglich macht, vor allem ohne sie durch das Einbinden einer robots.txt und den Befehl „noindex“ vor der automatischen Indexierung durch Suchmaschinen zu schützen, erteilt daher seine schlichte Einwilligung in die Benutzung seiner Bilder für die Ergebnisvorschau.

Auch wenn es auf den ersten Blick so scheint. Diese Rechtsprechung lässt sich wohl (noch) nicht unmittelbar auf das Teilen von Links in oder über soziale(n) Netzwerke(n) übertragen. Das Teilen von Links ist heute zwar eine übliche Form des Auffindens von Internetinhalten und vereinfacht die Suche. Eine persönliche Empfehlung über ein soziales Netzwerk steht einer automatischen Indexierung durch Suchmaschinen aber nicht unmittelbar gleich. Im Unterschied zu Suchmaschinen werden Vorschaubilder schon nicht in einer – bei Suchmaschinen erwartbaren – Suchergebnisliste, sondern durch Betätigen eines entsprechenden „Buttons“ auf dem eigenen Profil des jeweiligen Nutzers oder eines Dritten erstellt.

Zum Einen geht es hier also nicht um die automatisch indexierende Suchmaschine, welche „[...] nicht zwischen rechtmäßigen und unrechtmäßigen Abbildungen unterscheiden [kann].“ Dies kann ohnehin allenfalls für das den Button zur Verfügung stellende soziale Netzwerk gelten. Zwar mag dies für den einzelnen Nutzer tatsächlich oft der Fall sein, denn wer weiß schon immer genau, welche Inhalte frei verwendbar sind und welche nicht. Aber der Nutzer selbst ist aber keine automatisch arbeitende Suchmaschine.

Zum anderen existiert derzeit noch kein verbindlicher für die Suchmaschinen-Bildersuche angenommener Standard, nach welchem jegliche Vorschaufunktion akzeptiert oder abgelehnt werden kann. Für Facebook oder Google+ ist es jedenfalls möglich, über die Open Graph-Funktion eindeutige Vorgaben hinsichtlich der Verwendung von Inhalten für die Vorschau zu machen. Eine schlichte Einwilligung aller Inhalteanbieter wird man unter diesen Voraussetzungen aber nicht so einfach unterstellen können, denn dazu müsste es ihnen – wie mittels „robots.txt“ – möglich sein, die automatische Erstellung von Vorschaubildern für alle Inhalte und Dienste einheitlich zu regeln, was derzeit noch nicht der Fall ist.

Anders als bei der erwartbaren Indexierung durch standardisierte Suchmaschinenabfragen kann von keinem Rechteinhaber erwartet werden, selbst alle möglichen Schutzmaßnahmen zu ergreifen. Das deutsche Urheberrecht geht grundsätzlich davon aus, dass sich der Nutzer und nicht der Rechteinhaber, um die Einholung von Nutzungserlaubnissen kümmern muss. Da also eine unmittelbare Vergleichbarkeit nicht gegeben ist und rechtskräftige Gerichtsurteile zu dieser Frage fehlen, kann zum heutigen Zeitpunkt wohl nicht davon ausgegangen werden, dass

das Fehlen von Vorgaben zur Vorschauanzug eine entsprechende Einwilligung des Rechteinhabers darstellen kann.

Der Nutzer muss sich im Zweifel daher vorab informieren, ob er einen bestimmten Inhalt im Internet veröffentlichen darf und im Zweifel die Einwilligung des Urhebers einholen. Darauf weisen im Übrigen auch die meisten Nutzungsbestimmungen der sozialen Netzwerke eindeutig hin. Einen gutgläubigen Rechteerwerb kennt das Urheberrecht nicht.

4. Willigen Webseitenbetreiber durch die Integration von Social Plugins in die Verwendung für Vorschaubilder ein?

Recht häufig kommt es vor, dass die unter dem geteilten Link empfohlene Webseite eines Unternehmens oder einer Privatperson selbst Social Plugins bereithält. Da die Plugins aktiv vom jeweiligen Webseitenbetreiber eingebunden werden müssen, sollte man eigentlich davon ausgehen können, dass dieser durch das Bereithalten dann auch seine Einwilligung in das Teilen von Links unter Erstellen von Vorschaubildern gegeben hat. Schließlich sind diese Funktionen hinlänglich bekannt bzw. werden sie in den Nutzungsbedingungen dargestellt.

Einen ähnlichen Befund hatte auch der BGH in seinem Urteil zur Google-Bildersuche⁵ aufgestellt. Lassen es die Umstände (z. B. Einbinden von Social Plugins) zu, auf eine schlichte Einwilligung zu schließen, kann die Behauptung, man sei mit dem Teilen von Inhalten nicht einverstanden, „unter dem Gesichtspunkt einer protestatio facto contraria [...dem eigenen Handeln widersprechender Einwand...] unbeachtlich“ sein.

Anders als bei der Suchmaschinenindexierung muss ein Webseitenbetreiber, sollte er mit dem Teilen nicht einverstanden sein, ja keine weiteren Maßnahmen ergreifen. Er muss schlicht nichts tun. Soweit er aber bereits selbst Social Plugins ohne weitere Vorgaben integriert und damit das Teilen der Inhalte selbst ermöglicht hat, wird er sich auf eine fehlende Einwilligung wohl nicht berufen können.

Zu beachten ist: Auch in diesem Fall kann eine Einwilligung nicht weiter reichen, als die zur Verfügung stehenden Rechte. Die Einbindung von Social Plugins sagt trotz möglicher Einwilligung des Webseitenbetreibers nichts darüber aus, ob die auf der Webseite abrufbaren Inhalte selbst nicht mit Rechten Dritter belastet sind, die das weitere Vervielfältigen verbieten.

Unternehmen oder Privatpersonen, welche auf ihren eigenen Seiten Social Plugins bereithalten müssen also zunächst selbst darauf achten, den von ihnen dargestellten Inhalt daraufhin zu überprüfen, ob Rechte Dritter die Weiterempfehlung und Veröffentlichung über Social Plugins überhaupt zulassen. Im Zweifel sollten über Funktionen wie OpenGraph für Facebook oder Google+ Festlegungen getroffen werden, welche Bilder von der Vorschaufunktion genutzt werden dürfen und welche nicht.

5. Was ist mit Texten oder Videos?

Die hier dargestellte Problematik betrifft natürlich nicht allein Bilder oder Fotografien. In der Vorschau werden zumeist auch Textanrisse oder möglicherweise Videos sichtbar.

⁵ Vgl. BGH aaO.

Bei Texten ist das Ganze (noch) relativ einfach. Genau wie für Lichtbildwerke gilt bei Texten, dass Sie diesen urheberrechtlichen Schutz nur dann genießen, wenn sie eine bestimmte Schöpfungshöhe erreichen. Nicht schutzfähig sind bislang hingegen kleine Auszüge (sog. Snippets) welche aus längeren Texten generiert werden. Zwar kann es vorkommen, dass ein kurzer Text schutzfähig sein kann, aber in der Regel kann bei Textanrissen in Vorschauansichten davon ausgegangen werden, dass diese keinem besonderen Schutz unterliegen. Dies könnte sich jedoch bald ändern. Derzeit ist die Einführung eines gesetzlichen Leistungsschutzrechts für Presseverleger geplant. Es bleibt abzuwarten, welche konkreten Auswirkungen ein solches Gesetz künftig haben wird.

Vollkommen anders ist dies bei Videos. Mehr noch als bei Bildern oder Fotos sind hier regelmäßig weit mehr Personen und damit potentielle Rechteinhaber – an der Produktion beteiligt. Die erforderlichen Rechte der Beteiligten liegen nur im Zweifel allein beim Filmhersteller⁶. Bei Filmwerken ist Urheber regelmäßig der Regisseur. Hier ist im Normalfall grundsätzlich eine umfangreiche Recherche erforderlich.

Eine Einbindung von Social Plugins auf Webseiten sagt hier grundsätzlich nichts darüber aus, ob der jeweilige Webseitenbetreiber selbst die erforderlichen Nutzungsrechte besitzt.

6. Was gilt für selbst erstellte Inhalte?

Grundsätzlich gilt, dass selbst erstellte Bilder oder Videos kein Problem darstellen. Daher können diese auf dem eigenen Profil gepostet oder der Link auf eine Webseite mit eigenen Inhalten mit einer Vorschau geteilt werden, soweit man alle Rechte daran besitzt.

Bei selbst gefertigtem Material sind natürlich die allgemeinen Grundsätze zu beachten. Bei Abbildungen von Personen müssen diese ihr Einverständnis gegeben bzw. alle erforderlichen Nutzungsrechte übertragen haben. Ein Bild darf ohne die Einwilligung des Abgebildeten nur verbreitet werden, wenn die Abbildung der Kunst dient und eine Interessenabwägung ergibt, dass die Herstellung bzw. Verwertung des Bildes für den künstlerischen Zweck notwendig, geboten und verhältnismäßig ist⁷. Dies dürfte aber eher die Ausnahme sein. Problematisch sind in diesem Kontext auch Screenshots von Videos oder Filmen., da diese ebenfalls Kopien schutzfähiger Inhalte darstellen können. Wurde das Foto nur selbst entwickelt oder bearbeitet, muss im Zweifel der Fotograf die entsprechenden Rechte für weitergehende Nutzungen eingeräumt haben. Wird ein urheberrechtlich geschütztes Werk (z.B. Ölgemälde) auf einem Lichtbild abgebildet, ist dessen Urheber Miturheber der Fotografie⁸ und muss um Erlaubnis gefragt werden.

Bei Videos und Filmen können nicht nur Regisseure, Produzenten oder Drehbuchautoren Rechte besitzen. Ebenso ist darauf zu achten, an entsprechende Nutzungsrechte für die musikalische Untermalung des Videos zu besitzen. Erste Anlaufstelle ist – soweit es sich nicht um freie Musik handelt - hier im Zweifel die GEMA.

⁶ Vgl. BGH v. 22.10.1992, Az.: I ZR 300/90

⁷ Vgl. LG Düsseldorf v. 28.11.2012. Az.: 12 O 545/11

⁸ Vgl. LG Berlin v. 27.09.2011, Az.: 16 O 484/10

7. Welche Haftungsrisiken bestehen für Profilinhaber und Webseitenbetreiber?

Für eine begangene Urheberrechtsverletzung haftet grundsätzlich zunächst der Handelnde⁹. Die Haftung erstreckt sich dabei nicht allein auf das Unterlassen der Rechtsverletzung sondern auch auf Schadenersatz. Hinzu kommt, dass täterschaftlich begangene Urheberrechtsverletzungen immer auch strafrechtlich relevant sind. Bei Urheberrechtsverletzungen kann regelmäßig eine Geldstrafe, aber auch Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren drohen. Bei gewerbsmäßigen Verwertungen ohne Einwilligung erhöht sich der Strafraum gar auf 5 Jahre.

Der Teufel steckt auch hier wieder im Detail. Der Nutzer haftet im Zweifel für ein rechtswidriges Vorschaubild eines geteilten Links auch dann, wenn die empfohlene Webseite das Social Plugin selbst angeboten hat und für einzelne Abbildungen zwar Rechte für die Verwendung auf der Webseite, nicht jedoch für die Weiterveröffentlichung existieren (z.B. Stockfotos).

Das Empfehlen von Links – ob nun mit Vorschaubild oder ohne - kann daneben natürlich aus weiteren Gründen mit Risiken behaftet sein. Auch andere betroffene Rechte Dritter (etwa Persönlichkeitsrechte bei beleidigenden Texten) können durch ein Verlinken auf der eigenen Profilseite (weiter) verletzt werden.

Eine Abmahnung kann hier wegen der Verbreitung der rechtswidrigen Inhalte drohen. Gerade für Unternehmen, welche eine eigene – im Regelfall öffentliche - Profilseite betreiben, ist dies von besonderer Bedeutung. Bei vielen Fanpages können die Einstellungen vorsehen, dass jedermann Links oder Bilder posten darf. Soweit dies auf einem öffentlichen Profil eines Unternehmens geschieht kann dies dazu führen, dass das Unternehmen zur Löschung rechtswidrig eingestellter Inhalte verpflichtet ist. Üblicherweise treffen einen solchen Seitenbetreiber zwar keine Vorab-Prüfungspflichten¹⁰. Ein Unterlassungsanspruch scheidet aus, wenn erstmals eine Rechtsverletzung beanstandet wird¹¹. Nach Mitteilung und Kenntnis ist man jedoch verpflichtet, rechtswidrige Inhalte unverzüglich zu löschen.

Allerdings ist man nach Bekanntwerden des rechtsverletzenden Inhalts nicht nur zur Löschung sondern auch dazu verpflichtet sicherzustellen, dass ähnliche Rechtsverletzungen nicht mehr vorkommen. Die Grenzen der Zumutbarkeit und der Umfang dieser Prüfpflichten enden nach dem BGH¹² aber jedenfalls dort, wo das eigene Geschäftsmodell gefährdet wird. Ein Auftritt eines Unternehmens ist jedoch selten Gegenstand eines Geschäftsmodells sondern vielmehr Marketingmaßnahme. Die Schwelle der Unzumutbarkeit dürfte damit eher hoch sein. Ein erneuter Verstoß kann dann einen Unterlassungsanspruch begründen.

Die Gefahr einer unmittelbaren Inanspruchnahme besteht allerdings dann, wenn man sich die rechtswidrigen Inhalte von vornherein selbst „zu eigen macht“. Im Falle von urheberrechtsfähigen Inhalten ist die gemeinhin aber erst dann der Fall, wenn man eine Kontrolle über diese Inhalte hat und ausübt¹³. Bei Teilen von Links mit Vorschaubildern wird

⁹ § 97ff UrhG

¹⁰ Sog. Host Provider, also Anbieter von Informationen Dritter unterliegen dem Privileg des § 10 TMG

¹¹ § 10 TMG

¹² Vgl. BGH v. 12.07.2012, Az.: I ZR 18/11

¹³ Vgl. BGH, v. 12.11.2009 Az.: I ZR 166/07

man in den meisten Fällen wohl kaum davon ausgehen können, dass die Nutzer Vorabprüfung der Rechtmäßigkeit des verlinkten Inhalts durchführen.

Allerdings gibt es hier eine neue Tendenz in der Rechtsprechung. Einige Gerichte sind der Auffassung, dass man sich als „Herr über das Angebot“ fremde, rechtsverletzende Inhalte immer zu Eigen macht und begründen so eine unmittelbare Unterlassenshaftung. So entschied jedenfalls das Landgericht Berlin in einem Fall, in welchem ein Webseitenbetreiber einen erkennbar fremden RSS-Feed, welcher ein Lichtbildwerk ohne entsprechende Rechte enthielt, in den eigenen Auftritt eingebunden hatte. Genau wie beim RSS-Feed kann ein „zu Eigen machen“ dann schon im Erscheinen des erkennbar fremden Linkinhalts auf der eigenen Profilseite zu sehen sein. Sollte sich diese Ansicht auch im Bereich von Linkvorschauen auf Profilen durchsetzen, bestünde immer auch ein unmittelbarer Unterlassungsanspruch.

Soweit Sie als Unternehmen auf der eigenen Webseite Social Plugins bereithalten, ohne dass Sie die Rechte für die weitere Vervielfältigungshandlung durch den Nutzer geben können, haften Sie im Zweifel auch hier zumindest als Störer, da insoweit eine – nicht vorhandene – Erlaubnis und die Möglichkeit zur Vervielfältigung eröffnet wird.

8. Besteht ein Unterschied zwischen öffentlich zugänglichen und geschützten Profilen?

In der Regel nicht. Richtig ist, dass eine Vervielfältigung urheberrechtlich geschützter Werke zu ausschließlich privaten Zwecken erlaubt ist¹⁴. Grundsätzlich handelt es sich bei Nutzerprofilen auch um als „private“ geführte Profile es sei denn, diese werden von Unternehmen betrieben. Hier gilt das Recht auf Privatkopie – auch weil es sich nicht um natürliche Personen handelt – ohnehin nicht.

Die vermeintliche „Privatheit“ des Profils entspricht allerdings oft nicht den objektiven Tatsachen. Um als Privatkopie auch ohne Zustimmung des Urhebers zulässig zu sein, müssen die Grenzen der gesetzlichen Ausnahmeregelung beachtet werden. Zu diesen Grenzen zählt, dass eine Kopie immer dann als zu privaten Zwecken hergestellt zählt, wenn sie nur für eigene Zwecke oder einen überschaubaren Personenkreis zur Verfügung gestellt wird. In Zeiten analoger Kopien hatte man eine Zahl von 7 Kopien für noch als vom Recht auf Privatkopie umfasst angesehen¹⁵, gelegentlich sogar weniger. Zugleich liegt die Beschränkung nach wie vor darin, dass der Nutzungszweck ausschließlich der privaten Sphäre einer Person zuzurechnen sein musste. Diese, in einer vordigitalen Zeit entwickelten Vorgaben sind im Internet natürlich nicht mehr einzuhalten.

Nutzer haben regelmäßig mehr als nur Familienmitglieder oder engste Freunde auf ihrem Profil versammelt. Diese Tatsache spricht im Weiteren auch dagegen, dass das Posten innerhalb eines geschützten Profils mit eingeschränktem Nutzerkreis möglicherweise auch kein öffentliches Zugänglichmachen darstellt. Zwar ist der Kreis der potenziellen Abrufer bei geschützten (nicht-öffentlichen) Profilen eingeschränkt. Für ein Zugänglichmachen an die Öffentlichkeit ist es Voraussetzung, dass die angesprochenen Personen nicht durch persönliche Beziehungen verbunden sind. Ob sich zu durchschnittlich 160 Freunden eine solche Beziehung

¹⁴ § 53 UrhG

¹⁵ Vgl. BGH, GRUR 1978, 474

aufbauen und nachweisen lässt, ist fraglich. Privat dürfte dies daher in den meisten Fällen wohl nicht mehr sein.

Ein geschütztes Profil bietet damit nur selten Gewähr dafür, auf der rechtlich sicheren Seite zu sein. Tatsächlich allerdings hat ein geschütztes Profil den Vorteil, dass das Risiko eine Abmahnung zu erhalten, deutlich kleiner sein dürfte, da Außenstehende das Profil und die darauf geposteten Inhalte nicht einsehen können.

9. Wie können Nutzer und Unternehmen die Risiken minimieren?

Bislang existieren leider keine Urteile, welche sich mit den Vorschaubildern auf Profilen beschäftigen und hier möglicherweise für mehr Klarheit sorgen können. Bis dahin können – wo angebracht – die folgenden Maßnahmen empfehlenswert sein:

- ➔ Soweit Sie auf der eigenen Webseite Social Plugins für Dritte anbieten, stellen Sie nicht nur im Interesse Ihrer Nutzer sicher, dass Sie an den für die Vorschau auswählbaren Inhalte die erforderlichen Nutzungsrechte besitzen.
- ➔ Nutzen Sie die für die verschiedenen Social Plugins angebotenen Möglichkeiten, die Auswahl der Inhalte für die Vorschau einzuschränken oder selbst zu bestimmen (z. B. durch OpenGraph).
- ➔ Löschen Sie unverzüglich rechtswidrige Inhalte nach Mitteilung und Aufforderung durch Dritte.
- ➔ Deaktivieren Sie im Zweifel die Vorschaufunktion, jedenfalls für Bilder. Damit sind Sie in jedem Fall auf der sicheren Seite. Das reine Weiterempfehlen von Links ist nach Auffassung des BGH ohnehin erlaubt. Wird ein Hyperlink zu einer Datei auf einer fremden Webseite mit einem urheberrechtlich geschützten Werk gesetzt, wird dadurch nicht in das Vervielfältigungsrecht an diesem Werk eingegriffen¹⁶.
- ➔ Nutzen Sie bei Verwendung der Vorschaufunktion im Zweifel auch einmal die Möglichkeit, von Ihrem Zitatrecht¹⁷ Gebrauch zu machen. Dazu ist es erforderlich, dass Sie unter Angabe der Quelle eine inhaltliche Auseinandersetzung mit den Informationen erkennen lassen. Allein die Nennung der Quelle des Fotos reicht dafür aber nicht. Der Zitatzweck muss erkennbar sein. Dies dürfte also eher selten in Betracht kommen.
- ➔ Pflegen Sie Ihre Unternehmensseite sorgfältig und achten Sie auf Einträge, welche von Dritten stammen.
- ➔ Nutzen Sie die Möglichkeiten, Ihre Profilseite „privat“ zu halten.

10. Können Inhalte nun sorgenfrei in Social Media verbreitet werden?

Die derzeitige Diskussion um Vorschaufunktionen beim Teilen von Links bietet inhaltlich nichts grundsätzlich Neues. Was für das klassische Hochladen oder Tauschen von Inhalten über das Internet schon lange galt, gilt im Zweifel auch für Vorschaubilder. Ohne die erforderlichen Rechte darf grundsätzlich niemand fremde Inhalte vervielfältigen und öffentlich zugänglich machen. Es gilt daher immer, das derzeit geltende Recht zu beachten, ganz gleich welche Erscheinungsform der Austausch von Daten und Informationen im Internet (auch künftig) annimmt. Die Tatsache, dass bestimmte Kommunikationsformen heute üblich geworden sind bedeutet nicht, dass sie deswegen in jedem Falle erlaubt sind. Fehlendes Unrechtsbewusstsein oder Gutgläubigkeit schützen hier im Zweifel nicht.

¹⁶ Vgl. BGH v. 17.07.2007, Az.: GZ I ZR 259/00

¹⁷ § 51 UrhG

Die Mehrzahl der Inhaltenanbieter dürfte ein geteilter Link samt Vorschau allerdings kaum stören. Im Gegenteil. Vor allem werbefinanzierte Angebote profitieren von der unter anderem durch Social Plugins vermittelten Reichweitenvergrößerung. Der Verzicht solcher Anbieter, gegen mögliche Rechtsverletzungen vorzugehen ändert im Zweifel aber nichts an der Tatsache, dass diese tatbestandlich verwirklicht wurden.

Auch wenn die Nachrichten über Abmahnungen wegen Vorschaubildern vereinzelt Verunsicherung ausgelöst haben mögen. Im privaten Bereich dürften sich solche Abmahnungen kaum auszahlen. Das Posten von kleinsten Vorschaubildern im Rahmen einer Linkempfehlung wird wohl kaum als erhebliche Rechtsverletzung gewertet werden können. In einfach gelagerten Fällen sieht das Gesetz eine Deckelung der Anwaltskosten auf 100 Euro vor¹⁸. Und auch horrenden Schadenersatzforderungen sollten bei einem einzelnen Bild die Ausnahme sein. Bei gewerblichen und öffentlichen Profilen mag dies jedoch anders aussehen. Eine Überprüfung des eigenen Webauftritts lohnt sich also.

Die Problematik zeigt auch auf, dass das geltende Urheberrecht in Einzelfällen den heutzutage üblichen Formen des privaten Datenaustauschs nicht vollends gerecht wird und jedenfalls im Bereich der sozialen Kommunikation interessengerechte Anpassungen für ein einheitliches Rechts(anwendungs)-verständnis wünschenswert erscheinen. Rechtskräftige Urteile zu diesem Thema existieren bislang nicht. Es bleibt aber zu hoffen, dass die Gerichte weiterhin eine möglichst praxisnahe Blickweise auf die heute im Internet ablaufenden Kommunikationsprozesse entwickeln.

Autor

RA Michael Neuber

Justiziar, Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

¹⁸ § 97a Abs. 2 UrhG