

Die Fallstricke des Urheberrechts

Ob zu Werbe- oder Informationszwecken, als Mandantenbindungs- oder Vertriebsmittel – der Internetauftritt ist für Berufsträger mittlerweile nicht mehr aus der Mandantenkommunikation wegzudenken. Doch auch hier gelten Vorschriften und Regeln und nicht selten drohen bei Nicht-Beachtung Abmahnungen und rechtliche Konsequenzen.

✓ Nutzungsrechte von Medien und Texten

Attraktives Bildmaterial, einzigartige Texte und unterhaltsame Videos verbessern nicht nur das Ranking in der Ergebnisliste von Google & Co., sondern stellen auch einen erheblichen Mehrwert für die Besucher Ihres Internetauftritts dar. Stammen die Inhalte von Ihnen selbst bzw. sind sie Eigentum der Kanzlei, müssen Sie sich keine Gedanken um Urheber- und Medienrecht machen! Nutzen Sie allerdings Inhalte von Dritten sollten Sie nochmal genau hinsehen, ob Sie alle rechtlichen Voraussetzungen für die Nutzung des Contents erfüllt haben.

Checkliste für Webseiten:

1. Schöpfungshöhe bei Webseiten-Content
2. Allgemeine Nutzungsrechte für Bilder und Texte
3. Einhaltung begrenzter Nutzungsrechte und Fristen
4. Urhebernennung
5. Nutzung von Zitaten
6. Haftung von Marketingagenturen prüfen

✓ Schöpfungshöhe bei Webseiten-Content

Grundlage für die Wirksamkeit des Urheberrechts ist eine gewisse Schöpfungshöhe, die Einfluss auf die Entscheidung hat, ob ein Werk im Sinne des Urheberrechts vorliegt. Je kürzer, einfacher und durchschnittlicher der Content gehalten ist, desto wahrscheinlicher ist, dass er nicht unter das Urheberrecht fällt. Dies gilt laut Landgericht Düsseldorf z.B. auch explizit für Nachrichtentexte (25.04.2007 - Az 12 O 194/06).

Ist der schriftliche Content qualitativ hochwertig und kunstfertig umgesetzt, kann in der Regel von einer gewissen Schöpfungshöhe ausgegangen werden und der Text ist urheberrechtlich geschützt. Als Faustregel gilt hier im Zweifelsfall die Frage: Könnte jede Person mit durchschnittlichen Fähigkeiten diesen Text bzw. Inhalt erstellen? Lautet die Antwort „Nein“, ist der Content mit hoher Wahrscheinlichkeit urheberrechtlich geschützt.

Thema: Urheber- und Medienrecht für Kanzleien

weitere Whitepapers auf: kanzleimarketing.de/whitepapers

✓ Allgemeine Nutzungsrechte für Bilder und Texte

In der Regel sind also professionell erarbeitete und nachbearbeitete Bilder und Texte – dazu gehören auch Fotos, Grafiken, Zeichnungen und sonstige Inhalte – urheberrechtlich geschützt. Auch bei explizit für Sie erstellten Bewerbungs- oder Portraitfotos sollten Sie auf das Kleingedruckte achten, denn nicht immer räumt Ihnen das Fotostudio die uneingeschränkte Nutzung ein. Ganz gleich um welches Bild- oder Textmaterial es sich handelt: Den Umfang des Nutzungsrechts bestimmt der Urheber und dieses unterteilt sich in zwei Arten – das einfache Nutzungsrecht und das ausschließliche (exklusive) Nutzungsrecht. Sie sind die Grundlage dafür, ob und wie Sie Content für Ihren Webauftritt nutzen dürfen. Entsprechende Begrenzungen können räumlicher, zeitlicher und inhaltlicher Natur sein.

✓ Einhaltung begrenzter Nutzungsrechte und Fristen

Eine inhaltliche Begrenzung bezieht sich auf die separate Vergabe einzelner Nutzungsarten für ein Werk (Lizenzen): Nutzen Sie ein Foto für Ihre Kanzleihomepage? Wird der gelieferte Text auch in einer Printbroschüre abgedruckt? Vereinbaren Sie für individuell angefertigtes Bild- und Textmaterial unbedingt vor Beauftragung den Umfang der Nutzungsrechte und halten Sie diese schriftlich fest. Sollten zeitliche Begrenzungen vereinbart worden sein, notieren Sie diese Fristen und setzen Sie sich eine Erinnerung zum Austausch oder zur Verlängerung, z.B. über die Kalenderfunktion in Outlook. Ist auf dem Bildmaterial übrigens eine Person abgebildet, sollten Sie auch hier nochmals genau prüfen, ob – neben der Rechteeinräumung für die Benutzung der Bilder durch den Fotografen – auch die Einwilligung des bzw. der Abgebildeten eingeholt wurde.

✓ Urhebernennung

Dem Urhebernennungsrecht (§ 13 UrhG) kommt bei der Veröffentlichung von Bildern und Texten auf einer Webseite besondere Bedeutung zu. Das Recht des Urhebers als Urheber auch tatsächlich genannt zu werden, ist für kreativ tätige Professionals nicht nur aus urheberrechtlicher Sicht ein Thema, sondern auch aus werblicher Sicht. Für Fotografen und Texter ist eine Webseite, zu der sie beigetragen haben, auch eine Referenz für bereits bestehende und zukünftige Kunden. Dementsprechend legen sie auch ein besonderes Augenmerk auf die Einhaltung des Urhebernennungsrechts. Ein unwiderruflicher Verzicht hierauf ist übrigens unwirksam. Gerade bei Stockarchiv-Anbietern sollten Sie darauf achten, den Urheber korrekt zu nennen, da hier meist auch in den AGB des jeweiligen Anbieters explizite Nennungsverpflichtungen aufgeführt werden.

Zum Thema „Royal Free“ und „Rights Managed“ finden Sie weitere Informationen in unserem Blogbeitrag zum Urheberrecht <https://www.kanzleimarketing.de/urheberrecht-das-sollten-sie-bei-ihrer-kanzleiwebsite-beachten/>.

✓ Nutzung von Zitaten

Auch bei der Nutzung von Zitaten ist es besser, Vorsicht walten zu lassen, denn die Zitierfreiheit gilt nicht immer und ist stark durch Umfang und Ausprägung des zitierten Textausschnittes bestimmt. Die Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Wiedergabe eines veröffentlichten

Thema: Urheber- und Medienrecht für Kanzleien

weitere Whitepapers auf: kanzleimarketing.de/whitepapers

Werkes zum Zweck des Zitates ist zulässig, solange die Nutzung in ihrem Umfang durch den besonderen Zweck gerechtfertigt ist. Allerdings ist es nicht immer ganz einfach zu bestimmen, welche Redewendungen, Sprüche oder Beschreibungen zitiert werden dürfen. Auf der sicheren Seite sind Sie mit gemeinfreien Werken, also Texten, Bildern und Musik, deren Schöpfer bereits 70 Jahre tot ist. Dann ist der Urheberrechtsschutz abgelaufen.

Amtliche Werke wie Gesetze, Verordnungen, Urteile und Erlasse können Sie ebenfalls ohne Einschränkung zitieren, ebenso wie wissenschaftliche oder historische Daten, Fakten und Erkenntnisse. Achten Sie hier allerdings darauf, dass neben den schutzfreien Daten und Fakten deren Darstellung – beispielsweise als Grafik, Tabelle oder in einer anderen Abbildungsform sowie die exakte Formulierung – geschützt sein kann. Daher sollten Sie hier unbedingt immer die Quelle des Zitates angeben.

✓ Haftung von Marketingagenturen prüfen

Haben Sie sich für einen professionellen Dienstleister entschieden, der Sie bei der Pflege Ihres Internetauftritts unterstützt, haben Sie einerseits den zeit- und nervenschonenden Luxus sich um nichts kümmern zu müssen, sollten aber dennoch prüfen, wie es um die Haftung der Marketingagentur gegenüber Dritten bestellt ist. Grundsätzlich gibt es unterschiedliche Anspruchsrichtungen: Während Urheberrecht und Markenrecht absolute Rechte des Rechteinhabers sind und gegenüber jedem Verletzenden wirken, gibt es auch andere Fehler, die eine Webseite aufweisen kann – dies können beispielsweise Verstöße gegen das Datenschutzrecht, die Impressumspflicht oder sonstige Haftungsfallen sein.

Bei Verstößen gegen das Urheberrecht oder das Markenrecht ist ausschlaggebend, ob der Inhalt allein von Ihnen als Kunde kam und Sie ihn nach Abnahme der Website und ohne Kenntnis des Dienstleisters auf die Webseite gestellt haben. In diesem Fall haftet der Dienstleister nicht. In allen anderen Fällen kommt eine Haftung der Marketingagentur allerdings in Betracht. Sind Datenschutzrecht, Impressumspflicht und sonstige Haftungsfallen betroffen, beschränken sich die Hinweispflichten der Marketingagentur nicht nur auf das Design, die Nutzbarkeit oder den Code, sondern können selbst rechtliche Konsequenzen für die Marketingagentur mit sich bringen. Der Dienstleister haftet hier bereits, wenn er Sie nicht darauf hinweist, dass an dem von Ihnen gelieferten Inhalt gegebenenfalls Rechte Dritter bestehen.

Zur Autorin



Nicole Zobel ist seit vielen Jahren im Verkauf und Vertrieb tätig und arbeitet gerne eng mit den jeweiligen Marketingansprechpartnern zusammen. Marketing und Vertrieb sind für Nicole zwei Seiten der gleichen Medaille und nur gemeinsam erfolgreich. Sie steht gerne als unvoreingenommenes Sounding Board im Bereich Business Development von Kanzleien zur Verfügung.