

**Blogrecht in Deutschland (Skript anlässlich des Vortrages vom 19.03.2016 bei
Blogger@work) © Dr. Klaus Lodigkeit und Marinus Stehmeier**

Einleitung

Unter einem Blog versteht man eine Website, auf der eine oder mehrere Personen in regelmäßigen Abständen zumeist zu einem bestimmten Thema Kommentare verfasst, seine Gedanken protokolliert oder Anregungen gibt. Blogs gibt es für nahezu jeden Lebensbereich. Das Spektrum reicht von einem bloßen virtuellen Tagebuch hin zu politischen Meinungsmedien. Weit verbreitet ist auch der Bezug auf ein bestimmtes „Hobby“ wie Reisen, kochen und backen, Mode, Interieur, Lifestyle und alle Formen des DIY.

Auf Grund dieser Verschiedenheit ist die rechtliche Bewertung von Blogs nicht einfach und kann nicht schematisch erfolgen. Erschwerend kommt hinzu, dass sich der relevante rechtliche Rahmen aus vielen verschiedenen Quellen speist. Dadurch stellt sich die rechtliche Einordnung von Blogs insgesamt als komplex dar. Einige Fragen werden aber immer wieder gestellt oder betreffen die grundlegenden rechtlichen Bedingungen, die beim Schreiben eines Blogs beachtet werden müssen. Ein Klassiker ist dabei die Frage, welchen Anforderungen das Impressum des Blogs genügen muss. Hier finden sich häufig vermeidbare Fehler oder Ungenauigkeiten. Ein weiteres wiederkehrendes Problem ist die Verwendung von fremden Inhalten im eigenen Blog. Denn in Blogs werden häufig nicht nur selbst produzierte Inhalte verarbeitet, sondern es wird auf fremde Inhalte zurückgegriffen, etwa Bilder oder Videos. Es stellt sich hier die Frage, inwieweit dies rechtlich zulässig ist. Die andere Seite der urheberrechtlichen Medaille bilden die rechtlichen Möglichkeiten zum Schutz von selbst produzierten Inhalten und Produkten.

Der Vortrag orientiert sich Fragen, die im Rahmen des Workshops von *blogger@work* am 19.03.2016 gestellt wurden. Zu Beginn werden in der gebotenen Kürze die Rechtsquellen des „Blogrechts“ dargestellt. Im Anschluss werden die Anforderungen an das Impressum und weitere Punkte, die sich für gewöhnlich am unteren Ende der Website befinden, behandelt. Den Schwerpunkt bilden Ausführungen zum Urheberrecht. Abgerundet wird der Vortrag von Einzelfragen aus dem Kontext des Bloggens.

Rechtliche Grundlagen

Das Blogrecht speist sich aus verschiedenen Rechtsquellen. Hier eine nicht abschließende Aufzählung der wichtigsten:

Das Allgemeine Persönlichkeitsrecht

Das Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste – Kunsturhebergesetz (KUG)

Urheberrechtsgesetz (UrhG)

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

Telemediengesetz und Rundfunkstaatsvertrag

Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)

Daneben noch Markengesetz, Designgesetz (bis 2014 Geschmacksmustergesetz)

Europarechtliche Überformung

Die Impressumspflicht

Gestellte Fragen:

Was muss ich ins Impressum schreiben?

Brauche ich ein Impressum? Auch wenn ich den Blog nur für mich und meine Freunde/Familie schreibe?

Was ist die Funktion des Impressums? Ursprünglich ist es ein gesetzlich vorgeschriebener Vermerk, aus dem die für den Inhalt einer Veröffentlichung verantwortliche Person hervorgehen soll. Dies bezog sich ursprünglich nur auf gedruckte Publikationen. Mit der Etablierung des Internets bestand diese Notwendigkeit auch für virtuelle Veröffentlichungen. Im Internet kommt dem Impressum noch eine weitere Funktion zu. Denn bei geschäftlichem Handeln im Internet ist die handelnde Person nicht mehr durch den Sitz seines Unternehmens (Büro oder Ladengeschäft) greifbar. Auch dies soll durch das Impressum im Internet kompensiert werden. Der Impressumspflicht im Internet kommt also insgesamt eine Schutzfunktion für den Nutzer zu.

Die rechtlichen Vorgaben zur Impressumspflicht bei Webpräsensen finden sich in den §§ 5, 6 TMG und in § 55 RStV. Danach sind die Pflichtangaben im Impressum abhängig davon, welcher Zweck mit dem Internetauftritt verfolgt wird bzw. welche Inhalte veröffentlicht werden. Nach der Systematik des Gesetzes lassen sich vier Zweckkategorien ausmachen, aus denen sich jeweils Anforderungen an die Impressumspflicht ergeben.

Bei einem rein privaten Blog müssen überhaupt keine Angaben gemacht werden. Dies meint Telemedien, die nur persönlichen oder familiären Zwecken dienen. Ausschlaggebend für die Zweckbestimmung ist zum einen die Zugänglichkeit des Angebots und zum anderen dessen Inhalt. Ein gutes Beispiel sind die privaten Profilseiten in einem sozialen Netzwerk. Von Telemedienanbietern, die zwar nicht geschäftsmäßig tätig sind, aber auch nicht rein privat, verlangt § 55 I RStV die Angabe ihres Namens und ihrer Adresse und bei juristischen Personen die des Vertretungsberechtigten.

Bei der angegebenen Adresse muss es sich um eine zustellungsfähige Adresse handeln. Dies muss nicht zwingend die Privat- oder Meldeadresse sein. Genügen kann auch eine Firmenanschrift. Entscheidend ist, dass über dieser Adresse an die bezeichnete Person eine postalische Zustellung möglich ist. Mit anderen Worten meint dies, dass an der Adresse ein namentlich beschrifteter Briefkasten oder eine vergleichbare Möglichkeit zur Zustellung vorhanden sein muss.

Die Pflichtangaben des § 5 TMG betreffen Anbieter, die Telemedien geschäftsmäßig und in der Regel gegen Entgelt anbieten. Für die Geschäftsmäßigkeit genügt die Nachhaltigkeit des Angebots. Sie ist gegeben, wenn der Dienst auf eine gewisse Dauer angelegt ist. Begrenzt wird der Anwendungsbereich durch das Merkmal „gegen Entgelt“. Dabei ist entscheidend, dass die Website als Einstiegsmedium gilt, um entgeltliche Leistungen anzubieten. Die Frage, ob eine entgeltliche Leistung auch anzunehmen ist, wenn der Blog sich über Werbung finanziert, ist bisher nicht abschließend geklärt. In diesem Fall wird ein Impressum, das den Anforderungen des § 5 TMG genügt, empfohlen.

Das Impressum muss leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein. Um dienen Anforderungen gerecht zu werden, wird meistens auf jede Unterseite einer Website ein Link gesetzt, über welchen man zu den entsprechenden Informationen gelangt. Der Link sollte mit „Impressum“ oder „Kontakt“ bezeichnet sein. Was die Unmittelbarkeit angeht, sollte der Nutzer nicht mehr als zwei Klick benötigen, um auf die Information zugreifen zu können. Die Frage, in welcher Sprache da Impressum verfasst sein muss, ist nicht geklärt. Regelmäßig sollte da Impressum aber jedenfalls in der Sprache sein, in der auch die übrigen Inhalte Seite verfasst sind.

Besondere Anforderungen an das Impressum enthält § 55 II RStV, wenn die Website journalistisch-redaktionelle Inhalte bereithält. Wann ein Blog als journalistisch-redaktionell gestaltet angesehen werden kann, ist im Einzelnen schwer zu bestimmen. Wichtige Punkte zur Bestimmung sind die Auswahl der Inhalte und ihre Strukturierung, die gedankliche Auseinandersetzung mit diesen und ob ein Eindruck der Professionalität vermittelt wird. Zu beachten ist, dass der Verantwortliche nach § 55 II RStV voll geschäftsfähig, also volljährig, sein muss.

Antwort

Wenn es sich bei dem Blog nicht nur um einen rein privaten Blog handelt, muss jedenfalls der vollständige Name und eine Zustellungsfähige Adresse angegeben werden. Handelt es sich um einen geschäftsmäßig betriebenen Blog, müssen die Pflichtangaben des § 5 TMG gemacht werden. Sofern der Blog über journalistisch-redaktionelle Inhalte verfügt, muss außerdem nach § 55 II RStV ein Verantwortlichen mit Angabe des Namens und der Anschrift benannt werden.

Wenn es sich um einen rein privaten Blog handelt, bedarf es keinen Impressums. Dabei muss allerdings beachtet werden, ob es sich tatsächlich um einen privaten Blog handelt. Wenn der Blog über das Netz frei zugänglich und über eine Suchmaschine auffindbar ist, kann regelmäßig nicht mehr von einem privaten Blog ausgegangen werden. Dann sollten jedenfalls Name und zustellungsfähige Anschrift angegeben werden.

Disclaimer und Datenschutzerklärung

Auf Websites finden sich neben dem Impressum regelmäßig sog. Disclaimer (von to disclaim = in Abrede stellen). Diese beziehen sich zumeist auf einen Haftungsausschluss bezüglich der veröffentlichten Inhalte und insbesondere auf Inhalte verlinkter Websites. Das mit dem Setzen eines solchen Disclaimers eine Haftung ausgeschlossen werden kann, ist eine urban legend. Nach dem deutschem Recht ist so ein einseitiger Haftungsausschluss nicht möglich. Die Haftung bestimmt sich nach den gesetzlichen Vorgaben. Danach haften Betreiber einer Website zivilrechtlich sowohl als Täter, dazu müssen sie schulhaft handeln, als auch als Störer. Die Störerhaftung setzt kein schulhaftes Handeln voraus. Nach der Rechtsprechung zu § 7 I TMG haftet der Diensteanbieter auch für „zu eigen gemachte Inhalte“. Von einem solchen „zu-eigen-machen“ ist dann auszugehen, wenn sich der Diensteanbieter Informationen Dritter nicht kenntlich macht und sich nicht in ausreichender Weise von ihnen distanziert. Hier kann dem Disclaimer eine Kennzeichnungsfunktion zukommen. Damit er diese Funktion erfüllen kann, muss er allerdings klar und eindeutig gestaltet sein und auf Grund seiner Aufmachung als ernst aufzufassen sein.

Neben Impressum und Disclaimer befindet sich am Ende der Website zumeist eine Datenschutzerklärung. Die Pflicht hierzu ergibt sich aus § 13 TMG. Diese soll über die Datenverarbeitungen informieren, die mit der Nutzung einer Website einhergehen. Das deutsche Datenschutzrecht ist die rechtliche Ausgestaltung des Grundrechts auf informationelle Selbstbestimmung. Dies ist eine europäische, aber insbesondere deutsche Eigenheit. Selbstbestimmung ist das Stichwort: das Datenschutzrecht soll den Verbraucher in die Lage versetzen, informiert über die Nutzung der ihn betreffenden Daten zu entscheiden oder diese

gegebenenfalls auch zu unterbinden. Für durchschnittliche Nutzer ist dieses Ideal angesichts der technischen Komplexität der digitalen Datenverarbeitung allerdings nur schwer umzusetzen. Es stößt sich auch mit dem Bedürfnis nach einer dynamischen Nutzung des Internets in seiner Form des Web 2.0. Das wird an der aktuellen Entscheidung des LG Düsseldorf zum FB Like-Button deutlich.

Mit dem vom Landgericht Düsseldorf am 09.03.2016 getroffenen Urteil (Az.: 12 O 151/15) zur Einbindung des „Facebook Like-Button“ in Websites erhält die Rechtsprechungskette zu dieser Thematik ein weiteres Glied. Das Verfahren hatte ein Streit zwischen einem Verbraucherverband und dem Betreiber eines Onlineshops zum Gegenstand. In die Website war ein Hinweis auf den Facebook-Auftritt des Shops sowie ein sog Like Button integriert. Durch die Einbindung eines solchen sog. Social Plugins in den Programmcode einer Website werden bei jedem Aufruf der Website bestimmte Daten des Nutzers, an den Anbieter des Plugins übertragen.

Das LG Düsseldorf bewertete dies als einen wettbewerbsrechtlichen Verstoß gegen § 3a UWG in Verbindung mit § 13 TMG. Die in § 13 TMG enthaltenen datenschutzrechtlichen Pflichten des Websitebetreibers zur Information des Nutzers über die Datenverarbeitung zur Einholung einer Einwilligung des Nutzers dienten auch dem Schutz des Wettbewerbs. Diese Anforderungen wurden durch den Websitebetreiber missachtet.

Nach dem Urteil des LG Düsseldorf ist die Einbindung eines Plugins nur zulässig, wenn der Nutzer vor Beginn der Datenübertragung über den Zweck der Datenerhebung und die Verwendung der Daten aufgeklärt wird. Dazu ist die Einwilligung des Nutzers zur Datennutzung ausdrücklich einzuholen und über die Widerruflichkeit der Einwilligung zu informieren.

Was bedeutet diese Entscheidung für Websites in der Form des Internetblogs? Die Bewertung des Verstoßes gegen 13 TMG als wettbewerbswidrig, also als eine unlautere geschäftliche Handlung, ist entscheidend. Hierdurch wird das Risiko einer Abmahnung bei Verstoß bedeutend erhöht, da nun nicht mehr nur die Datenschützer, sondern jeder Mitbewerber gegen einen solchen Verstoß vorgehen können. Das Betreiben eines Internetblogs wird allerdings regelmäßig keine geschäftliche Handlung darstellen. Konkret kann dies aber nur im jeweiligen Einzelfall bewertet werden.

Aber auch außerhalb des Wettbewerbsrechts beinhaltet ein Verstoß gegen Datenschutzbestimmungen rechtliche Risiken. Es ist darum dringend empfohlen, die eigene Website datenschutzkonform zu gestalten. An dieser Stelle sei nur auf die datenschutzkonforme Technologie „Shariff“ verwiesen, die eine zulässige Einbindung des Plugins ermöglicht.

Abschließend lässt sich feststellen, dass die rechtliche Situation bezüglicher der Einbindung von Plugins gegenwärtig unklar ist. Die Entscheidung des LG Düsseldorf ist noch nicht rechtskräftig und höchstrichterliche Rechtsprechung noch nicht vorhanden. Diese Grauzone erhöht das Risiko, Opfer

einer Abmahnung zu werden. Sollten sie betroffen sein, ist nur dazu zu raten, alsbald anwaltlichen Rat einzuholen.

Auch abgesehen von dem konkreten rechtlichen Problem ist die Entscheidung des LG Düsseldorf beachtlich. In ihr wird deutlich, dass in Deutschland und Europa jedenfalls von der Rechtsprechung der Datenschutz zunehmend ernster genommen wird. In erster Linie geht es darum, eine Gegenmacht zu den großen Internetkonzernen wie Facebook und Google aufzubauen und gegenüber diesen die strengen Vorgaben des europäischen Datenschutzes wirksam durchzusetzen. Dazu werden nun auch die Websitebetreiber in die Pflicht genommen. Die Qualifizierung einer Missachtung datenschutzrechtlicher Vorgaben als einen Wettbewerbsverstoß verschiebt die Durchsetzungsebene des Datenschutzes. Dieser soll nicht mehr nur durch die staatliche Aufsicht, sondern auch durch Marktmechanismen gewährleistet werden. Mit Blick hierauf wird der Beachtung von datenschutzrechtlichen Vorgaben in Zukunft eine noch größere wirtschaftliche Bedeutung zukommen.

Urheberrecht I: Ich teile, also bin Ich! Wie kann ich fremde Inhalte verwenden?

Mehrere Fragen drehen sich um die Thematik, inwieweit fremde Inhalte in den eigenen Blog integriert werden können.

Darf ich Rezepte aus einem Backbuch einfach abschreiben? Oder was muss ich dabei beachten?

Ich gebe bei bestimmten Texten Quellen an. Ist dies unabdingbar? Wie sollten die Quellenangaben aussehen? Mir fällt auf, dass wenige Blogs Quellenangaben haben.

Darf ich ein Buchcover einfach fotografieren?

Darf ich auf meinem Blog/ YouTube Kanal Musik einbinden? Was muss ich dabei beachten?

Darf ich auf meinen Blog/ YouTube Kanal Videomitschnitte veröffentlichen wie z.B. Minecraft?

Die Frage nach der Verwendung von fremden Inhalten wird durch das Urhebergesetz geregelt. Grundregel ist dabei, dass die Verwertung eines urheberrechtlich geschützten Werkes nur seinem Urheber zusteht. Das Urheberrecht umfasst ein Bündel von Rechten. Es lässt sich in zwei Komponenten teilen: das Urheberpersönlichkeitsrecht – dieses schützt die besondere Verbindung zwischen dem Urheber und seinem Werk – und die Verwertungsrechte. Die Verwertungsrechte sollen dem Urheber die finanzielle Verwertung seines Werkes ermöglichen. Bei den

Verwertungsrechten handelt es sich wiederum um ein Bündel von Rechten, etwa dem Vervielfältigungsrecht, dem Verbreitungsrecht oder dem Ausstellungsrecht. Diese Verwertungsrechte kann der Urheber auch anderen Personen einräumen oder an diese abtreten. Die Einholung eines entsprechenden Verwertungsrechts stellt auch den einfachsten Weg dar, fremde Inhalte im eigenen Blog zu verwenden. Daneben kennt das Urheberrecht aber auch Möglichkeiten, fremde Inhalte ohne die Zustimmung ihres Urhebers zu verwenden. Die hier wichtige Möglichkeit ist die des Zitierens.

Bei der wörtlichen Verwendung fremder Textstellen (oder anderer Medien) im eigenen Text oder dem Verweis auf diese spricht man von einem *Zitat*. Davon zu unterscheiden ist das *Plagiat* (über frz. *plagiaire* „Dieb geistigen Eigentums“ aus lat. *plagiarius* „Seelenverkäufer, Menschenräuber“), was laut der Wikipedia die Anmaßung einer fremden geistigen Leistung ist. Was die Folgen eines Plagiats sein können, wurde uns in den letzten Jahren deutlich vor Augen geführt. Stichwort Guttenberg. Das Urheberrechtsgesetz lässt die Möglichkeit von Zitaten als Schranke des Urheberrechts ausdrücklich in § 51 UrhG zu:

§ 51 UrhG

Zulässig ist die Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Wiedergabe eines veröffentlichten Werkes zum Zweck des Zitats, sofern die Nutzung in ihrem Umfang durch den besonderen Zweck gerechtfertigt ist. Zulässig ist dies insbesondere, wenn

- 1. einzelne Werke nach der Veröffentlichung in ein selbständiges wissenschaftliches Werk zur Erläuterung des Inhalts aufgenommen werden,*
- 2. Stellen eines Werkes nach der Veröffentlichung in einem selbständigen Sprachwerk angeführt werden,*
- 3. einzelne Stellen eines erschienenen Werkes der Musik in einem selbständigen Werk der Musik angeführt werden.*

Bei der Verwertung fremder Texte wie auch anderer Inhalte stellt sich zuerst die Frage, ob es sich dabei um ein schutzbildendes Werk *ist* Urheberrechts handelt.

Das Urhebergesetz benennt in § 2 Abs. 1 UrhG Werke der Literatur, Wissenschaft und Kunst als geschützte Werke und nennt Beispiele. Entscheidend ist, wie sich aus § 2 Abs. 2 UrhG ergibt, dass es sich um eine *persönliche geistige Schöpfung* handeln muss. Dies meint nach der Gesetzesbegründung¹ solche Erzeugnisse, die *durch den Inhalt oder durch ihre Form oder durch die Verbindung von Inhalt und Form etwa Neues und Eigentümliches darstellen*. Um eine geistige Schöpfung zu sein, muss sie das „Ergebnis eines mittelbaren und zielgerichteten geistigen Schaffens-

¹ Begr. BT-Drs. IV/270, 38.

bzw. Gestaltungsprozesses² sein. Produkte des bloßen Zufalls (Bleigießen) sind daher keine geschützten Werke. Auch durch eine selbsttätige Maschine geschaffene Produkte stellen klein Werk iSd Urheberrechts dar.

Damit es sich bei einem Produkt um ein schutzhfähiges Werk handelt, muss es einen bestimmten Grad der Eigentümlichkeit vorweisen, oder mit anderen Worten eine bestimmte Schöpfungshöhe erreichen. Dies meint, dass die Schöpfung die Handschrift des Urhebers tragen muss. Ob ein Produkt die notwendige Schöpfungshöhe erreicht und damit als ein geschütztes Werk einzustufen ist, lässt sich im Grunde nur im Einzelfall bestimmen. Bezuglich Texten lässt sich aber folgende Daumenregel angeben: *Je individueller, außergewöhnlicher und kreativer ein Text geschrieben ist, desto eher wird er geschützt.*

Bei Texten ist des Weiteren die Länge der Textstelle zu beachten. Denn je länger ein Text ist, desto größer ist der ihm zu Grunde liegende Möglichkeit für einen individuellen Ausdruck und eine eigenständige Gedankenführung. Einzelnen Worten oder Zeichen eines Textes soll grundsätzlich kein Schutz zukommen.

Zu beachten ist zuletzt, dass ein Werk erst ab dem Moment geschützt ist, in dem es eine wahrnehmbare Form angenommen hat. Es ist dann auch grundsätzlich nur in dieser Form geschützt. Die bloße Idee geniest keinen urheberrechtlichen Schutz.

Als Beispiel des soeben dargestellten sollen zwei Beispiele aus der Rechtsprechung betrachtet werden:

1. Erotik-Clip

„Die Kammer unterstellt daher, dass dessen Sachvortrag zutrifft und der 7 Minuten und 43 Sekunden lange Film lediglich sexuelle Vorgänge in primitiver Weise zeigt (vgl. Schriftsatz vom 28.12.2012 S. 14 = Bl. 38; Fotostrecke gem. Anlage BF6; DVD gem. Anlage BF5). Hierfür kann kein Schutz als Filmwerk (§ 94 UrhG) beansprucht werden: Es fehlt offensichtlich an einer persönlichen geistigen Schöpfung (§ 2 Abs. 2 UrhG).“ LG München I, Beschluss vom 29.05.2013, Az. 7 O 22293/12

2. Militärische Lagepläne:

„Die streitgegenständlichen Unterrichtungen des Parlaments (UdP) weisen nämlich einen hinreichenden Grad an geistiger Schöpfungshöhe auf. Wie die Beklagte selbst ausführt, folgen sämtliche UdP einem bestimmten Aufbau, wobei zunächst die politische Lage in dem jeweiligen Bundeswehreinsatzgebiet, sodann die Bedrohungslage und schließlich die Missionsbeteiligung der Bundeswehr dargestellt werden. Auf die Berichte aus den Einsatzgebieten folgen zusammenfassende

² Beck OK-Ahlberg, UrhG, § 2 Rn. 54.

Darstellungen aller Einsätze in dem Berichtszeitraum sowie jeweils angepasste Grafiken, Diagramme und Tabellen. Die persönliche geistige Schöpfung ergibt sich dabei gerade aus der systematisierten und denknotwendig teilweise verkürzenden Aufbereitung der Sachinformationen, die einheitlich in allen UdP einem bestimmten Konzeptionsmuster folgt und auch visuell angepasst ist. Gerade der Umstand, dass die einzelnen UdPs alle diesem Muster folgen, zeigt, dass hier ein einheitliches gestalterisches Konzept zugrunde liegt.“ LG Köln, Urteil vom 02.10.2014, Az. 14 O 333/13

Entscheidend für die Anwendung des § 51 UrhG ist **Zweck des Zitats**. Zwischen dem eigenen Werk und dem Zitat muss eine innere Verbindung bestehen. Dem Zitat muss eine Belegfunktion für die eigenen Gedankengänge zukommen. Der eigene Text muss sich also mit dem Inhalt des Zitats auseinandersetzen oder sich jedenfalls auf dieses beziehen. Der eigene Text muss auch ohne das Zitat sinnhaft für sich stehen können. Keine zulässigen Zitatzwecke sind dagegen etwa die Nutzung zur reinen Illustration oder aus Bequemlichkeit. Außerdem muss die zulässige **Länge des Zitats** beachtet werden. Das Zitatrecht hat nicht den Zweck, ganze Teile eines anderen Werks zugänglich zu machen. Eine allgemeine Antwort zur zulässigen Länge von Zitaten lässt sich aber nicht geben. Diese ist vom Einzelfall mit Blick auf den jeweiligen Zitatzweck abhängig. Der Merksatz lautet hier aber: So viel wie nötig, so wenig wie möglich. Außerdem darf nicht vergessen werden, die **Quelle des Zitats** richtig anzugeben.

Bezüglich eines sog. Bildzitates stellen sich ähnliche Fragen wie zum Textzitat. Auf zwei Besonderheiten soll hier aber ausdrücklich hingewiesen werden. So ist noch mehr als beim Textzitat zu beachten, dass das genau das zitierte Bild wirklich als Zitat erforderlich sein muss. Wenn etwa in einem Reise-Blog über die Alster berichtet wird, kann nicht einfach irgendein Bild der Alster zitiert werden. Aus dem Beitrag muss deutlich werden, warum es gerade dieses Bild ist und eine Auseinandersetzung gerade mit diesem stattfinden. Zweitens muss klar sein, dass immer das konkrete Bild das Zitat ist und es nicht auf dem Umstand ankommt, dass der eigentlich zu zitierende Inhalt auf dem Bild zu sehen ist (Bild-im-Bild). Durch diese Anforderungen sind Bildzitate schwer zu handhaben. Idealerweise sollten Bilder selbst produziert werden oder die Nutzungsrechte vom Urheber eingeholt werden.

Checkliste: Richtig zitieren

Vorausgesetzt ist, dass da Zitat in ein eigenständiges Werk eingebunden wird.

1. Ist der zitierte Inhalt urheberrechtlich geschützt?

- Persönliche Leistung
- Geistiger Inhalt
- Ausreichende Schöpfungshöhe

Nein

Zitat zulässig!

Ja

2. Zulässiger Zitatzweck?

- **Belegfunktion** muss erfüllt sein. Das bedeutet, das durch das Zitat der eigene Gedankengang belegt oder unterstützt wird.
- **Nicht zulässige Zwecke** sind:
 - die reine Illustration eigener Beiträge.
 - die Verwendung nur zur Unterhaltung.
 - Zitat aus Bequemlichkeit.

Nein

Zitat unzulässig!

Ja

3. Zulässiger Zitatumfang?

- **Merksatz** ist hier: So viel wie nötig, so wenig wie möglich.
- Bei Bild- und Filmzitaten ist insbesondere zu berücksichtigen, ob **genau dieses Zitat** wirklich erforderlich ist.

Nein

Zitat unzulässig!

Ja

4. Nicht vergessen! Quellenangabe

Mindestens: Autor, Titel, Jahr.

Besonderheiten ergeben sich bei Logos. Logos können sowohl urheberrechtlich, soweit die nötige Schöpfungshöhe erreicht ist, als auch markenrechtlich, designrechtlich und namensrechtlich geschützt sein. Ist das Logo ein urheberrechtlich geschütztes Werk, darf es ohne Zustimmung des Urhebers nicht auf dem Blog verwendet werden, es sei denn, die Verwendung erfolgt im Rahmen eines Zitats. Ein Zitatrecht gibt es auch in § 40 Nr. 3 DesignG.

*Rechte aus einem eingetragenen Design können nicht geltend gemacht werden gegenüber
(...)*

3. Wiedergaben zum Zwecke der Zitierung oder der Lehre, vorausgesetzt, solche Wiedergaben sind mit den Gepflogenheiten des redlichen Geschäftsverkehrs vereinbar, beeinträchtigen die normale Verwertung des eingetragenen Designs nicht über Gebühr und geben die Quelle an;

Es kann aber auch vorkommen, dass das Logo mangels Schöpfungshöhe keinen urheberrechtlichen, aber dennoch markenrechtlichen Schutz genießt. Ein Firmenname kann als Wortmarke und ein Logo als Bildmarke angemeldet sein. Fällt beides zusammen, spricht man von einer sog. „Wort/Bildmarke“. Das Logo darf dann nur außerhalb des geschäftlichen Verkehrs verwendet werden, um nicht in die Gefahr der Rufausbeutung oder Verwechslung zu geraten. Im Zweifelsfall sollte die Verwendung von Logos ohne Zustimmung des Markeninhabers vermieden werden.

Die dargestellten Grundsätze zum Zitieren lasse sich im Wesentlichen auf Videos und Musikstücke übertragen. Bezuglich des Einbindens von Videos in eine Website sind allerdings die technischen Besonderheiten des Internets und die aktuelle höchstrichterliche Rechtsprechung zu beachten.

Auch Bilder und Videos werden durch das Urhebergesetz (UrhG) geschützt, vgl. §§ 1, 2 Abs. 1 Nr. 5, Nr. 6, 72 UrhG. Das Urheberrecht liegt bei dem Schöpfer des Werkes, § 7 UrhG. Bei Videos ist dies in der Regel der Regisseur. Bei Fotos liegt das Urheberrecht bei dem Erzeuger des Fotos, das Gesetz spricht in § 72 Abs. 1 UrhG vom „Lichtbildner“.

Bei der Verwendung von Bildern und Musikstücken im Internet ist das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung interessant. Der Wortlaut des § 19a UrhG lautet:

„Das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung ist das Recht, das Werk drahtgebunden oder drahtlos der Öffentlichkeit in einer Weise zugänglich zu machen, dass es Mitgliedern der Öffentlichkeit von Orten und zu Zeiten ihrer Wahl zugänglich ist.“

Die Regelung des § 19a UrhG stellt die deutsche Umsetzung des Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 2001/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Mai 2001 zur Harmonisierung

bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft dar. Dieser lautet:

„Die Mitgliedstaaten sehen vor, dass den Urhebern das ausschließliche Recht zusteht, die drahtgebundene oder drahtlose öffentliche Wiedergabe ihrer Werke einschließlich der öffentlichen Zugänglichmachung der Werke in der Weise, dass sie Mitgliedern der Öffentlichkeit von Orten und zu Zeiten ihrer Wahl zugänglich sind, zu erlauben oder zu verbieten.“

Es handelt sich bei dem Recht aus Art. 19a UrhG um ein eigenständiges Verwertungsrecht des Urhebers. Es stellt sich vorliegend also die Frage, inwieweit die Einbindung von fremden Bildern und Videos in die eigene Webpräsenz ein öffentliches Zugänglichmachen im Sinne des § 19a UrhG – dieses Recht steht nur dem Urheber zu – darstellt. Eine Einbindung von fremden Inhalten in die eigene Webpräsenz ist, sofern das Recht nicht vom Urheber erworben werden soll, rechtlich nur zulässig, wenn diese Einbindung nicht das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung verletzt, also es sich bei der Einbindung nicht um eine solche handelt. Die Antwort hierauf hängt von der technischen Form der Einbindung ab.

Darum nun zu den technischen Möglichkeiten einer Einbindung von fremden Bildern und Videos in die eigene Webpräsenz. So können die Inhalte direkt in eine eigene Webpräsenz eingebunden werden. Sofern die Inhalte nicht selbst gespeichert werden, handelt es sich bei der Einbindung um eine Form der Verlinkung. Damit die Inhalte dennoch unmittelbar auf der Webpräsenz sichtbar sind, bieten sich zwei technische Lösungen an. Beim sog. Framing erscheint der verlinkte Inhalt im Rahmen (Frame) der Website des Programmierers. Beim sog. Inline-Linking oder Embedding wird in Medieninhalt direkt in die Seite eingebettet. Beiden Techniken ist gemeinsam, dass ein so eingebundener Inhalt sofort wiedergegeben werden kann und dadurch als ein Element der Website erscheint, in die er eingebunden ist.

Das Einbetten von bei YouTube.de vorhandenen Videos gestaltet sich besonders einfach. Wenn Sie als Anwender auf dem Videoportal bei einem Video die Funktion „Teilen“ und dann „Einbetten“ wählen, erhalten Sie den HTML-Code zum Einbetten des Videos in eigene Webseiten.

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (BGH) liegt eine öffentliche Zugänglichmachung gem. § 19a UrhG bei der Einbindung eines fremden geschützten Bildes in ein eigenes, selbst gestaltetes Online-Angebot vor (BGH, Urteil vom 12. 11. 2009 - I ZR 166/07 - marions-kochbuch.de). Durch das bloße Setzen eines Links soll in dieses Recht aber nicht eingegriffen werden (BGH, Urteil vom 17. 7. 2003 - I ZR 259/00).

Aktuell ist die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) von besonderer Bedeutung. Mit Urteil vom 13.02.2014 hat der EuGH sich mit der Frage befasst, ob eine öffentliche Wiedergabe eines bestimmten Werkes im Sinne von Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 2001/29 vorliegt, wenn ein anderer als der Inhaber des Urheberrechts an diesem Werk auf seiner Internetseite einen anklickbaren Link zu diesem Werk bereitstellt und das Werk nach dem Anklicken durch den Nutzer in einer Art und Weise erscheint, die den Eindruck vermittelt, dass es auf derselben Internetseite erscheint (EuGH, Urteil vom 13.2.2014 – C-466/12, Nils Svensson ua/Retriever Sverige AG). Das Urteil beschäftigt sich also mit der rechtlichen Zulässigkeit des Setzens eines Inline-Links. Der EuGH verneint in diesem Fall das Vorliegen einer „öffentlichen Wiedergabe“. Umfasst eine Wiedergabe mittels eines Inline-Links dieselben Werke wie die ursprüngliche Wiedergabe und erfolgt diese im Internet, also nach demselben technischen Verfahren, fällt sie nach dem EuGH nur dann unter den Begriff „öffentliche Wiedergabe“ wenn sie sich an ein neues Publikum richtet. Damit ist ein Publikum gemeint, das die Inhaber des Urheberrechts nicht hatten erfassen wollen, als sie die ursprüngliche öffentliche Wiedergabe erlaubten. Da sich die ursprüngliche Wiedergabe aber bereits an die gesamte Internet-Öffentlichkeit richtete, wird durch die Verlinkung auf eine weitere allgemein zugängliche Website kein neues Publikum angesprochen. Der Umstand, dass die Art und Weise der Darstellung den Eindruck vermittelt, die Inhalte seien Bestandteile der verlinkenden Website, ändert für den EuGH an dieser Feststellung nichts.

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat sich in einem Beschluss vom 21.10.2014 mit der Frage befasst, ob die Einbettung eines auf einer fremden Internetseite öffentlich zugänglich gemachten Videos – in dem Ausgangsfall handelte es sich um ein auf der Website youtube.de eingestelltes Video – in eine eigene Internetseite im Wege des Framings eine öffentliche Wiedergabe im Sinne des Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 2001/29 darstellt, auch wenn das fremde Werk damit nicht für ein neues Publikum wiedergegeben wird und die Wiedergabe nicht nach einem spezifischen technischen Verfahren erfolgt, das sich von demjenigen der ursprünglichen Wiedergabe unterscheidet. Mit Verweis auf seine bisherige Rechtsprechung hat der EuGH entschieden, dass eine „öffentliche Wiedergabe“ im Sinne der Richtlinie nur vorliegt, wenn das betreffende Werk für ein neues Publikum oder nach einem speziellen technischen Verfahren wiedergegeben wird, das sich von demjenigen der ursprünglichen Wiedergabe unterscheidet. Bei der Einbindung eines Videos von der Website youtube.de mittels der Frametechnik handelt es sich nicht um ein neues technisches Verfahren. Durch die Bereitstellung auf einer allgemein zugänglichen Website war das Video bereits der gesamten Internet-Öffentlichkeit zugänglich, so dass durch die Einbettung in die eigene allgemein zugängliche Webpräsenz auch kein neues Publikum erreicht wurde.

Der BGH hat in seinem Urteil vom 9. Juli 2015 dieser Rechtsprechung des EuGHs entsprochen. Dem Urteil des EuGHs sei aber nach Ansicht des BGH zu entnehmen, dass in solchen Fällen eine öffentliche Wiedergabe erfolgt, in denen die vorherige Einstellung des Videos bei youtube.de ohne die Erlaubnis des Urheberrechtsinhabers erfolgt ist (BGH, Urteil vom 9. Juli 2015 - I ZR 46/12 - Die Realität II).

Aus der Auswertung der aktuellen höchstrichterlichen Rechtsprechung ergibt sich daher:

Die Einbindung von auf einer anderen Webpräsenz vorhandenen Bildern oder Videos in die eigene Website mittels Framing oder durch Inline-Links ist auch ohne die Einwilligung des Rechteinhabers grundsätzlich zulässig.

Bei der Einbindung mittels Framing oder durch Inline-Links darf kein unterschiedliches technisches Verfahren angewendet werden. Unklar bleibt, was genau unter einem technischen Verfahren zu verstehen ist. Die Rechtsprechung des EuGH legt nahe, dass hiermit die Verbreitung über das Medium Internet gemeint ist.

Die Inhalte dürfen nicht einem neuen Publikum zugänglich gemacht werden. Dies ist der Fall, wenn Bilder und Videos mit einer technischen Zugriffsbeschränkung versehen sind, der Zugriff etwa passwortgeschützt ist. Aber auch der Hinweis auf ein Embedding-Verbot könnte als Zugriffbeschränkung verstanden werden (so Schimdt-Wudy, EuWZ 2015, S. 30). Ein solches Verbot könnte wie folgt formuliert sein: „Die Darstellung dieser Website in fremden Frames ist nur mit schriftlicher Erlaubnis zulässig.“

Es muss sichergestellt sein, dass die Bilder oder Videos, die mittels Framing oder durch Inline-Links eingestellt werden sollen, zuvor mit der Erlaubnis des Rechteinhabers eingestellt wurden.

Antworten:

Das Rezept darf abgeschrieben werden, wenn es sich nicht um ein urheberrechtlich geschütztes Werk handelt. Dies muss im Einzelfall beurteilt werden. Ein Rezept, das aus bloßen Mengenangaben und Hinweisen zur Ausführung besteht, dürfte mangels Schöpfungshöhe kein geschütztes Werk darstellen. Ansonsten muss das Rezept umformuliert und in eigenen Worten wiedergegeben werden. Die bloße Rezeptidee ist nicht geschützt.

Quellen müssen angegeben werden, wenn es sich um ein wörtliches Textzitat handelt. Ansonsten ist es rechtlich nicht vorgeschrieben, könnte aber wegen anderen Lauterkeitsregeln notwendig sein

Das Buchcover darf fotografiert werden, wenn seine Abbildung im Rahmen des Zitatrechts zulässig ist. Der Blog muss sich also auf das Buch beziehen und mit ihm auseinandersetzen. Es muss deutlich werden, warum die Abbildung nötig ist.

Die Einbindung von geschützter Musik gestaltet sich ohne die Einwilligung des Rechteinhabers schwierig. Vom Zitatrecht ist sie nur gedeckt, wenn eine inhaltliche Auseinandersetzung mit gerade dieser Aufnahme stattfindet. Die Einbindung nur zu unterhaltenden oder gestaltenden Zwecken, etwa als Hintergrundmusik, ist unzulässig.

Auch Videos dürfen nur im Rahmen des Zitatrechts eingefügt werden. Eine Besonderheit bietet das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung des § 19a UrhG in Kombination mit der Embedding-Technologie. Unter deren Einsatz können bereits rechtmäßig im Netz veröffentlichte und frei zugängliche Videos in die eigene Website zulässig eingebunden werden.

Urheberrecht II

Gestellte Frage:

Welche Möglichkeiten gibt es den eigenen Inhalt (Text, Bild) rechtlich zu schützen und was kann ich unternehmen, wenn ich merke, dass geklaut wurde?

Wann ein Werk urheberrechtlich geschützt ist und unter welchen Bedingungen eine Verwendung zulässig sein kann, ergibt sich aus dem vorigen Abschnitt. Im Folgenden soll auf die Möglichkeiten des Rechtsschutzes bei einer festgestellten Urheberrechtsverletzung eingegangen werden. Wie oben bereits dargestellt, kommen dem Urheber eines Werks verschiedene Rechte zu, die sich grob in das Urheberpersönlichkeitsrecht und die Verwertungsrechte am geschützten Werk aufgliedern lassen. Verletzungen dieser Rechte kann der Urheber rechtlich abwehren. Sie stehen dem Urheber mit der Schöpfung des Werkes qua Gesetz zu. Eines weiteren Aktes, etwa eine Eintragung oder Anmeldung, bedarf es nicht.

Der aus dem angelsächsischen Rechtsraum stammende Copyright-Vermerk ist vom deutschen Urheberrecht strikt zu unterscheiden. Der Vermerk weist lediglich auf den Rechteinhaber hin. Dieser muss aber nicht zwangsläufig mit dem Urheber identisch sein. Inhaber des Copyright können auch juristische Personen sein, während der Urheber immer eine natürliche Person ist. Der Copyright-Vermerk kann jedoch dann zur Vermutung der Urheberschaft iSd § 10 UrhG führen, wenn der Name einer natürlichen Person angegeben ist und es keine weiteren Urhebervermerke gibt.

Bei einer festgestellten Verletzung des Urheberrechts stehen dem Urheber verschiedene Ansprüche zu. So hat er einen Anspruch darauf, dass die Verletzung seiner Rechte beseitigt wird und, wenn dies zu befürchten ist, diese auch für die Zukunft unterlassen wird. Daneben können dem Urheber auch

noch Ansprüche auf Schadensersatz, etwa in der Form von entgangenen Lizenzgebühren, zustehen. Auch eine Verletzung des Urheberpersönlichkeitsrechts, zum Beispiel, wenn bei der Verwendung eines Werks die namentliche Nennung des Urhebers nicht erfolgt, kann Schadensersatzansprüche begründen.

Der Urheber hat verschiedene Möglichkeiten zu, seine Ansprüche durchzusetzen. Im Kontext des Urheberrechts hat die außergerichtliche Abmahnung eine zweifelhafte Berühmtheit erlangt. Sie dient in erster Linie dazu, Rechtverletzungen abzuheben, ohne dabei die Gerichte in Anspruch nehmen zu müssen. Im Urheberrecht hat der Gesetzgeber zu Entlastung der Gerichte sogar vorgeschrieben, gegen die Verletzung zunächst im Wege der Abmahnung vorzugehen. So heißt es in § 97a Abs. 1 UrhG:

Der Verletzte soll den Verletzer vor Einleitung eines gerichtlichen Verfahrens auf Unterlassung abmahnen und ihm Gelegenheit geben, den Streit durch Abgabe einer mit einer angemessenen Vertragsstrafe bewehrten Unterlassungsverpflichtung beizulegen.

Erst durch die Abgabe einer Unterlassungserklärung kann die Wiederholungsgefahr für die Zukunft ausgeschlossen werden. Abmahnungen enthalten regelmäßig eine bereits vorformulierte Unterlassungserklärung. Diese sollten nie ohne genaue Prüfung oder Hinzuziehung von anwaltlicher Beratung unterschrieben werden. Denn oft gehen diese Erklärungen über das verletzende Verhalten hinaus. Die Erklärungen sind, damit sie auch als ernstlich gemeint verstanden werden können, mit einer hohen Vertragsstrafe versehen, die bei einem weiteren Verstoß anfällt. Es kann der Fall eintreten, dass die unterschriebene Erklärung neben der konkret Gerügten noch weitere Urheberrechtsverletzungen erfasst, die dem Unterzeichnenden gar nicht bewusst sind. Dann wird bei der fortdauernden Verletzung sofort die Vertragsstrafe fällig. Um dies zu vermeiden, sollten vorformulierte Unterlassungserklärungen nicht unterschrieben und stattdessen eine eigene Erklärung formuliert werden.

Mit der Abmahnung können neben dem Beseitigungs- und Unterlassungsanspruch auch Ansprüche auf Schadensersatz und die durch die Abmahnung anfallenden Kosten geltend gemacht werden. Dies umfasst auch die Kosten für einen mit der Abmahnung betrauten Rechtsanwalt.

Gerade durch diese Möglichkeit, Rechtsanwaltskosten zu generieren und gleichzeitig einzufordern, sind (urheberrechtliche) Abmahnungen in ein schlechtes Licht gerückt. Der Gesetzgeber hat zum Schutz der Verbraucher § 97a UrhG eingeführt, der bestimmte Anforderungen an die urheberrechtliche Abmahnung stellt. Werden diese nicht eingehalten, ist eine solche Abmahnung unberechtigt und unwirksam. Da die Anforderungen des § 97a UrhG kompliziert und für den rechtlichen Laien schwer verständlich sind, sollte bei der Formulierung einer Abmahnung Rechtsrat

eingeholt werden. Denn eine unberechtigte oder unwirksame Abmahnung kann selbst wiederum Schadensersatzansprüche auslösen.

Neben der Abmahnung gibt es noch die Möglichkeit, mit dem Anderen einen außergerichtlichen Vergleich zu schließen. Kommt ein solcher nicht zu Stande oder reagiert der Verletzende nicht auf eine wirksame Abmahnung, bleibt nur der Weg vor das Gericht mittels einer entsprechenden Klage. Dies ist allerdings mir erhöhten Kosten verbunden.

Weitere Einzelfragen

Gestellte Frage:

Wie muss ich einen Beitrag mit Werbung im Inhalt kennzeichnen? Wann ist es Schleichwerbung?

Möglichkeiten der Einbindung von Werbung in einen Blog stellen Bannerwerbung, Produkttests oder die Verwendung von bezahlten Blogposts. Regelungen zur Werbung und gerade zur sog. Schleichwerbung finden sich im UWG. Nach § 3 Abs. 3 UWG iVm Nr. 11 der Anlage zu § 3 Abs. 3 UWG ist gegenüber Verbrauchern

der vom Unternehmer finanzierte Einsatz redaktioneller Inhalte zu Zwecken der Verkaufsförderung, ohne dass sich dieser Zusammenhang aus dem Inhalt oder aus der Art der optischen oder akustischen Darstellung eindeutig ergibt (als Information getarnte Werbung),

stets unzulässig.

Vom Tatbestand erfasst sind nicht nur die die Werbung finanziierenden Unternehmer, sondern über § 8 Abs. 2 UWG auch die Medienunternehmen zur und der zuständige Redakteur, soweit diese sich für die redaktionelle Werbung vergüten lassen. Was bedeutet dies für Werbeinhalte in Blogbeiträgen. Es wird der Einsatz redaktioneller Inhalte verlangt. Redaktionelle Inhalte sind jedenfalls anzunehmen, wenn der Eindruck besteht, es handele sich um eine unabhängige objektive Berichterstattung. Dies soll auch unternehmensunabhängige Blogs erfassen. Bei professionell gestalteten Blogs ist regelmäßig von einer redaktionellen Gestaltung auszugehen.

Außerdem muss der veröffentlichten Stelle eine wie auch immer geartete Gegenleistung gewährt werden. Diese kann ein Entgelt sein. Aber auch zur Verfügung gestellte Produkte, etwa Kleidung oder Kosmetikartikel, können als Gegenleistung angesehen werden.

Aus § 3 Abs. 3 UWG ergibt sich daher, dass eine in den Blog eingebundene Werbung immer als solche gekennzeichnet werden muss. Hierbei sollte eine einheitliche Kennzeichnung verwendet werden. Bannerwerbung kann klar mit dem Zusatz „Werbung“ versehen werden. Bezahlte Blogposts oder

Artikel zu zur Verfügung gestellten Produkten sollten mit einem deutlichen Hinweis überschrieben werden.

Gestellte Frage

Was muss ich bei Gewinnspielen beachten?

Der Rechtsrahmen zu Gewinnspielen ist vielschichtig und könnte Gegenstand eines eigenständigen Vortrags sein. Eine rechtliche Würdigung hängt auch immer von der konkreten Ausgestaltung des Gewinnspiels ab. Im Folgenden werden nur die rechtlichen Leitlinien aufgezeigt. Vorgaben finden sich zunächst im *Hamburgisches Gesetz zur Ausführung des Ersten Glücksspieländerungsstaatsvertrages (HmbGlüÄndStVAG)*. In § 15 Abs. 1 HmbGlüÄndStVAG heißt es:

(1) Gewinnspiele sind Veranstaltungen, bei denen der Erwerb der Gewinnchance nicht von einem Entgelt abhängt. Gewinnspiele sind erlaubnisfrei.

Gewinnspiele können demnach ohne behördliche Erlaubnis veranstaltet werden. Entscheidend ist die Abgrenzung des erlaubnisfreien Gewinnspiels zum erlaubnispflichtigen Glücksspiel. Eine Definition findet sich in § 15 Abs. 2 HmbGlüÄndStVAG:

(2) Hängt bei als Gewinnspiel bezeichneten Veranstaltungen der Erwerb der Gewinnchance von einem Entgelt ab, handelt es sich um erlaubnispflichtige Glücksspiele. Das gilt auch bei Wissens-, Quiz- oder sonstigen Spielen, sofern nur ein Gewinn oder eine geringe Anzahl von Gewinnen unter einer Vielzahl von Teilnehmern zu vergeben ist und deshalb für die Gewinnchancen letztlich der Zufall überwiegend ausschlaggebend bleibt.

Ähnlich lautet § 3 Abs. 1 Staatsvertrag zum Glücksspielwesen in Deutschland (Glücksspielstaatsvertrag - GlüStV):

(1) Ein Glücksspiel liegt vor, wenn im Rahmen eines Spiels für den Erwerb einer Gewinnchance ein Entgelt verlangt wird und die Entscheidung über den Gewinn ganz oder überwiegend vom Zufall abhängt. Die Entscheidung über den Gewinn hängt in jedem Fall vom Zufall ab, wenn dafür der ungewisse Eintritt oder Ausgang zukünftiger Ereignisse maßgeblich ist. Wetten gegen Entgelt auf den Eintritt oder Ausgang eines zukünftigen Ereignisses sind Glücksspiele. Sportwetten sind Wetten zu festen Quoten auf den Ausgang von Sportereignissen oder Abschnitten von Sportereignissen. Pferdewetten sind Wetten aus Anlass öffentlicher Pferderennen und anderer öffentlicher Leistungsprüfungen für Pferde.

Bei einem Gewinnspiel im Internet ist außerdem § 8a Abs. 1 Rundfunkstaatsvertrag zu beachten:

(1) Gewinnspielsendungen und Gewinnspiele sind zulässig. Sie unterliegen dem Gebot der Transparenz und des Teilnehmerschutzes. Sie dürfen nicht irreführen und den Interessen der Teilnehmer nicht schaden. (...)

Daneben gibt es weitere Vorgaben im UWG. Gegebenenfalls sind auch die Nutzungsbestimmungen sozialer Netzwerke zu beachten, wenn diese zur Verbreitung eines Gewinnspiels genutzt werden.

Gestellte Frage

Ist es sinnvoll eine Versicherung abzuschließen?

Wenn ja, welche genau?

Ggf. können eine Betriebshaftpflichtversicherung (ggf. spezielle Police) und ggf. eine Firmenrechtsschutzversicherung (mit Marken- und Urheberrecht) helfen.

Gestellte Frage:

Wann muss ich ein Kleingewerbe anmelden?

Nach dem rechtlichen Gewerbebegriff: ist ein Gewerbe jede legale unternehmerische Tätigkeit, die in eigener Verantwortung, nach außen erkennbar, auf eigene Rechnung, dauerhaft (= wiederholt und regelmäßig) und gegen Entgelt ausgeübt wird, um Gewinn zu erzielen. Hiervon abzugrenzen ist die sog. freiberufliche Tätigkeit, die sich durch eine selbstständig ausgeübte wissenschaftliche, künstlerische, schriftstellerische, unterrichtende oder erzieherische Tätigkeit auszeichnet. Wird ein Blog mit der Absicht betrieben, einen Gewinn zu erzielen, handelt es sich regelmäßig um ein Gewerbe.

Nach § 14 Abs. 1 GewO muss der selbstständige Betrieb eines Gewerbes der zuständigen Behörde angezeigt werden. Aufgrund der Gewerbefreiheit reicht hier eine schlichte Anzeige bei der zuständigen Behörde. In Hamburg ist dies das zuständige Bezirksamt.