

Rechtliche Fallstricke bei der Gestaltung einer Projekthomepage

- Eine subjektive Auswahl -

Vorbemerkung

Dieses Skript kann aufgrund seiner Kürze selbstverständlich keinen abschließenden Blick auf alle im Zuge der Erstellung einer Internetseite auftretenden Rechtsprobleme werfen. In Anbetracht der Komplexität der Materie und der sich ständig ändernden Judikatur in der jungen juristischen Disziplin „Internetrecht“ wäre ein entsprechend umfassender Darstellungsversuch auch allenfalls geeignet, die Leserin* zu erschöpfen – nicht jedoch das Rechtsgebiet.

Ziel des vorliegenden Skriptes ist daher, Ihnen eine grobe Einführung in das Thema zu geben, Ihnen anhand ausgewählter, häufig auftretender Konstellationen Problembewusstsein zu vermitteln und Sie für die mögliche rechtliche Bedeutung Ihres Handelns im Internet zu sensibilisieren.

Neben urheberrechtlichen Aspekten sollen hier vor allem die umfassenden Kennzeichnungs- und Informationspflichten behandelt werden, die Website-Betreiberinnen zu beachten haben und deren Missachtung empfindliche Bußgelder bzw. kostenpflichtige Abmahnungen zur Folge haben kann.

Thies Schulz-Holland
Kiel, 16.01.2012

* Der Einfachheit halber und zum besseren Verständnis wird im gesamten Text ausschließlich die weibliche Sprachform verwendet: Mit dieser sind selbstverständlich Männer und Frauen gleichermaßen gemeint. Dies stellt keine Diskriminierung dar.

A. Urheberrechtsfragen

In unserer heutigen Informationsgesellschaft sind Bilder, Grafiken und Texte zu praktisch jedem denkbaren Thema in Hülle und Fülle verfügbar – oft auch elektronisch, was die Weiterverarbeitung besonders einfach macht.

Entsprechend groß ist die Verlockung, sich bei der Erstellung der eigenen Internetseite aus diesen Informationsquellen zu bedienen. Aber Vorsicht: Frei verfügbar heißt nicht frei verwendbar, denn praktisch jede geistige Schöpfung einer anderen Person steht unter dem Schutz des Urheberrechts oder vergleichbarer Schutzrechte, die es zu beachten gilt - damit aus „Copy & Paste“ nicht „Heulen & Zähneklappern“ wird.

Bevor wir zu den für Sie interessanten Praxisfällen kommen, gestatten Sie mir einen (stark vereinfachten) kurzen allgemeinen Exkurs zum deutschen Urheberrecht, da dieser die nachfolgenden Ausführungen meines Erachtens besser verständlich macht.

1. Begriff, Inhalt und Umfang des Urheberrechts

Das sog. Urheberrecht stattet die Schöpferin eines Werkes der **Literatur, Wissenschaft oder Kunst** mit diversen Rechten zur Verteidigung gegen eine unbefugte wirtschaftliche Auswertung ihrer schöpferischen Leistung und gegen eine Verletzung ihrer ideellen Interessen am geschaffenen Werk aus.

Einzige Voraussetzung für die Entstehung dieser Rechte ist dabei der Akt der **„persönlichen geistigen Schöpfung“**: Als Ergebnis einer **menschlichen Gedankenäußerung** entsteht ein Werk, das ein Mindestmaß an Originalität und Individualität (**„Schöpfungshöhe“**) aufweist, also mehr als eine rein generische Standardleistung ist, die jede andere Person genauso erbracht hätte.

Nicht schutzfähig sind demgegenüber **bloße Ideen**, sondern immer nur die konkrete **Gestalt eines Werkes**. Hierdurch soll verhindert werden, dass „ideelle Monopole“ gebildet werden (man stelle sich z. B. vor, dass nach van Gogh niemand mehr Sonnenblumen hätte malen dürfen...).

Darüber hinaus ist insbesondere **kein formaler Akt** (Eintragung, o. Ä.) erforderlich, um das Urheberrecht entstehen zu lassen.

Nicht unüblich ist in der Praxis ein Hinweis auf ein bestehendes Urheberrecht in Form eines „©“ mit Namenszusatz. Diese Kennzeichnung hat aber lediglich **deklaratorischen Charakter** – für das Entstehen des Urheberrechtes ist sie nicht von Belang, hat jedoch zur Folge, dass diejenige, die im Hinweis als Urheberin benannt ist, bis zum Beweis des Gegenteils im Rechtsverkehr **als Urheberin angesehen wird**.

Das Urheberrecht ist nicht übertragbar, aber vererblich. Sein Schutz endet **70 Jahre nach dem Tod der Urheberin**. Anschließend wird das Werk „gemeinfrei“, so dass es frei genutzt und bearbeitet werden darf.

Aufgrund des Territorialprinzips gilt das deutsche Urheberrecht eigentlich **nur für Deutschland**, jedoch ist die Mehrzahl ausländischer Urheberinnen mittlerweile durch Staatsverträge **in den Schutzbereich des deutschen Urheberrechts einbezogen**.

Aber was genau besagt das Urheberrecht denn nun eigentlich? Das Urheberrecht räumt der Schöpferin **umfassende Nutzungsrechte** ein, zuvorderst das **ausschließliche Recht**, das von ihr geschaffene Werk in körperlicher und unkörperlicher Form zu **verwerten**. Hierzu gehören insbesondere:

- das Vervielfältigungsrecht (daher auch engl. „copyright“),
- das Vortrags-, Aufführungs- und Vorführungsrecht sowie

Also kein „Werk“:

Automatisch erstellte Listen, einfache Logos, alltägliche Mitteilungen. Aber Vorsicht: Stets Einzelfallentscheidung!

Merke:

Es kann also nicht schaden, eigene Werke mit „©“ und dem eigenen Namen zu kennzeichnen...

Gehen Sie daher **immer** von bestehendem Urheberrechtsschutz aus!

- das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung.

Zusätzlich stehen der Schöpferin sogenannte **Urheberpersönlichkeitsrechte** zu, die - wenn man es so nennen will - dem Schutz des Affektionsinteresses an dem eigenen Werk dienen. Dies sind vor allem:

- das Recht zur Veröffentlichung,
- das Recht auf Anerkennung der Urheberschaft und Urheberbezeichnung,
- das Recht, Entstellungen und andere Beeinträchtigungen des Werkes zu verhindern.

Wird eines dieser Rechte verletzt, kann die Urheberrechtsinhaberin von der Rechteinhalterin

- Beseitigung,
- Unterlassung und
- Schadensersatz

verlangen.

Der **Beseitigungs-** und der **Unterlassungsanspruch** erfordern übrigens nicht, dass die Rechteinhalterin vom Bestehen des fremden Urheberrechts wusste oder von diesem hätte wissen müssen: **Die bloße, auch unverschuldete Verletzung des Urheberrechts allein reicht aus.** Insbesondere der Unterlassungsanspruch kann für Sie finanziell schmerzhaft werden, da er regelmäßig mit einer **kostenpflichtigen Abmahnung** und einer **strafbewehrten Unterlassungserklärung** einhergeht (s. u.).



Der **Schadensersatzanspruch** hingegen setzt ein **Verschulden** der Schädigerin voraus, wobei aber ein überaus **strenger Verschuldensmaßstab** gilt: Wer fremde geistige Leistungen verwerten will, muss sich zuvor umfassend über Bestehen und Umfang eines möglichen Urheberrechts und über seine eigene Verwertungsberechtigung informieren. Wird dies versäumt, liegt stets Verschulden vor.



Urheberrechtsverletzungen können (selten) auch **strafrechtliche Konsequenzen** haben. Für eine Urheberrechtsverletzung können **Freiheitsstrafen** von bis zu drei Jahren oder **Geldstrafen**, bei gewerbsmäßigem Handeln sogar Freiheitsstrafen **bis zu fünf Jahren** verhängt werden.

Lassen Sie sich aber bitte nicht nur von diesen erheblichen rechtlichen Konsequenzen davon abhalten, fremdes geistiges Eigentum unerlaubt zu übernehmen. Geistiges Eigentum ist nicht weniger wertvoll als materielles - und Diebstahl ist kein Kavaliersdelikt. Führen Sie sich auch vor Augen, dass viele freiberufliche Künstlerinnen und Autorinnen von der Verwertung Ihrer Schöpfungen leben müssen und daher auf eine angemessene Vergütung angewiesen sind. Jede unbefugte Verwendung ist letztlich auch eine unentgeltliche Verwendung, die in der Masse für die Betroffenen ruinös sein kann.

2. Schranken des Urheberrechts (Auswahl)

Sinn des Gesetzes über das Urheberrecht und verwandte Schutzrechte ist im Grunde der **gerechte Ausgleich widerstreitender Interessen**:

Die Schöpferin eines Werkes möchte selbstverständlich die unbefugte wirtschaftliche Auswertung ihrer schöpferischen Leistungen durch andere unterbinden und gleichzeitig ihre ideellen Interessen an dem Werk schützen, gleichzeitig hat aber **die Allgemeinheit** ein berechtigtes Interesse an möglichst ungehindertem Zugang zu und an der Auseinandersetzung mit dem Werk.

Diese Grundsätze gelten nicht nur für Text-, sondern sinngemäß auch **Bild- oder Musikzitate**.

Achtung: Pressespiegel sind **stets intern!**

Erlaubt heißt nicht umsonst: **Verwertungsgesellschaft** nicht vergessen!

Aus diesem Grund werden dem Urheberrecht im Interesse der Allgemeinheit in bestimmten Fällen Schranken auferlegt. **Praxisrelevante Beispiele sind etwa:**

a. Das Zitatprivileg

Ein öffentlicher Diskurs ist kaum denkbar, wenn auf die Gedankenäußerungen anderer Personen nicht **in zweckmäßiger Weise** Bezug genommen werden darf oder diese nicht als Inspiration aufgegriffen werden dürfen. Unter **bestimmten Voraussetzungen** ist daher die Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Wiedergabe eines geschützten Werkes in zweckmäßigem Umfang zulässig:

- Das übernehmende Werk muss **selbst den Charakter eines urheberrechtsschutzfähigen Werkes besitzen** (Schöpfungshöhe!).
- Das Zitat darf nur als **Beleg oder zur Erläuterung von Inhalten** des übernehmenden Werkes dienen, muss also immer Ausdruck der **geistigen Auseinandersetzung mit dem zitierten Werk** sein und darf nicht zusammenhanglos für sich stehen.
- Auch der **Umfang der Nutzung** muss durch den Zitatzweck gerechtfertigt sein. Es gilt: So kurz wie möglich. Was ohne Gefährdung des Zitatzwecks auch mit eigenen Worten dargestellt werden kann, **darf nicht zitiert werden**.
- Die **Quelle ist so anzugeben**, dass eine Prüfung des Zitats möglich ist. Eine umfassende Darstellung der Regeln für Quellenangaben findet sich z. B. bei [Wikipedia](#).
- Das zitierte Werk darf **nicht verändert werden** – auch kleinste Abweichungen grammatikalischer Art gefährden eine Berufung auf das Zitatrecht.

Sofern die genannten Voraussetzungen vorliegen, ist keine Genehmigung der Urheberin erforderlich. Auch einen Anspruch auf Vergütung hat die Urheberin in diesem Fall nicht.

b. Das Pressespiegelprivileg

Auch Pressespiegel, also thematische Zusammenstellungen von Presseberichten in einer Mappe o. Ä. sind privilegiert, bedürfen also nicht der Genehmigung der Rechteinhaberinnen. Ein solcher Pressespiegel kann auch elektronisch erstellt und übermittelt werden, fällt jedoch – ebenso wie eine gedruckte Version – nur dann unter das Pressespiegelprivileg, wenn er **ausschließlich betriebs- oder behördenintern verbreitet wird**.

Allerdings ist für die Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Wiedergabe eines solchen Pressespiegels eine **angemessene Vergütung** an die zuständige **Verwertungsgesellschaft (VG Wort)** zu zahlen, die in diesen Fällen die Rechte der Urheberinnen vertritt (vergleichbar etwa mit der GEMA für die Verwertung von Musikrechten).

3. Nutzungsrechte

Wie aber verwertet dann eine Schöpferin ihr Werk, wenn es praktisch niemand außer ihr verwenden darf und das Urheberrecht nicht übertragbar ist?

Ganz einfach: Das Urheberrecht selbst ist zwar unveräußerlich, allerdings kann die Urheberin – in der Regel gegen Entgelt – anderen Personen ein **Nutzungsrecht** an ihrem Werk einräumen.

Das Nutzungsrecht kann im Rahmen der Vertragsfreiheit **völlig frei gestaltet werden**, insbesondere kann es **zeitlich, räumlich oder auf eine bestimmte Art der Nutzung beschränkt** sein. Oder es wird eine bestimmte Art des Hin-

Scheuen Sie sich nicht, bei der Urheberin nachzufragen, wenn Sie bzgl. einer konkreten Nutzung unsicher sind!

weises auf die Urheberschaft festgelegt. Weiterhin kann es entgeltlich oder unentgeltlich übertragen werden: Der Fantasie sind hier keine Grenzen gesetzt.

Umso wichtiger, dass Sie sich beim Umgang mit urheberrechtlich geschütztem Material stets der Grenzen der Ihnen übertragenen Nutzungsrechte bewusst sind. Aus Gründen der Beweisbarkeit sollten Sie sich ein Nutzungsrecht daher **immer schriftlich übertragen lassen**.

4. Praxisrelevante Konstellationen

Puh! Endlich sind wir nach diesen trockenen juristischen Ausführungen in Ihrer Projektpraxis angekommen. In der Folge spreche ich einige **typische Problemfälle** bei der Gestaltung der eigenen Projekthomepage an, in denen die oben genannten rechtlichen Prinzipien zur Anwendung kommen und die im Alltag erfahrungsgemäß gerne übersehen werden.

a. Verwendung von Bildmaterial auf Ihrer Internetseite

Praktisch keine Internetseite kommt ohne Bilder oder Grafiken als Gestaltungselemente aus – Ihre sicherlich ebenso wenig. Nach meinen vorstehenden Ausführungen setze ich jetzt aber einfach mal voraus, dass Sie diese nicht im Internet zusammengeräubert, sondern z. B. bei einer Bildagentur käuflich erworben haben. Beispiele für solche Agenturen sind unter anderem de.fotolia.com oder www.istockphoto.com.

Dabei war meine vorstehende Formulierung natürlich unpräzise: Sie haben bei diesen Agenturen eben gerade nicht die Bilder gekauft, sondern vielmehr **ein eingeschränktes Nutzungsrecht** an diesen. Es kommt also auch hier – wie stets – darauf an, die Bedingungen des erworbenen Nutzungsrechts ganz genau durchzulesen und zu verstehen. Zum Beispiel dürfen Sie Bilder von Fotolia (Stand: 15.01.2012) nicht:

- in Auflösungen von mehr als 1.000 x 1.000 Pixel bei 72 dpi auf Ihrer Internetseite platzieren,
- in Verbindung mit für den Vertrieb oder Weiterverkauf bestimmten Artikeln, Produkten oder Dienstleistungen verwenden oder
- in redaktionellen oder journalistischen Zusammenhängen verwenden, ohne an geeigneter Stelle einen Urheberrechtshinweis unter Nennung des Pseudonyms des Schöpfers und von Fotolia.com anzubringen.

Für andere Bildagenturen gelten teils ähnliche, teils **deutlich restriktivere Vorgaben**, die Sie im Einzelfall sehr genau lesen müssen. Beachten Sie vor allem die Feinheiten bei den Nutzungsarten: Nutzungsrechte, die Ihnen gestatten, ein Bild für eine Präsentation oder einen Werbeflyer zu verwenden, gestatten Ihnen noch lange keine Nutzung im Internet – und umgekehrt.

Wie bitte? Das merkt doch keiner, wenn Sie mal eben ein Bild anders verwenden? Sie werden sich wundern: Ihre Seite steht im Netz einer **unbeschränkten Vielzahl** von aufmerksamen Beobachterinnen zur ständigen Ansicht offen und große Bildagenturen haben zudem **spezielle Suchmaschinen**, die keine andere Aufgabe haben, als Bilder aus dem eigenen Portfolio im Netz aufzuspüren. Die **Abmahnung** kommt dann oft schneller, als Ihnen lieb sein kann.

Gerne auch übersehen: **Fotos von Mitarbeiterinnen**. Ihr Projekt ist auf Beratung ausgerichtet und Sie möchten daher Ihr Team natürlich mit möglichst sympathisch und kompetent wirkenden Fotos der Mitarbeiterinnen auf der Internetseite präsentieren. Nicht selten legen Ihnen die Kolleginnen dann **eingescannte oder bereits digital erstellte Bewerbungs- oder Portraitfotos** vor, auf denen sie sich gut getroffen fühlen. Da die zugehörige Fotografin regelmäßig nicht ihr Einverständnis zu einer Nutzung im Internet gegeben haben wird,

Auf Ihrer Internetseite könnte eine „geeignete Stelle“ z. B. Ihr **Impressum** sein (s. u.).

Stolperfälle:
Bewerbungs- und Portraitfotos

Rechtliche Fallstricke bei der Gestaltung einer Projekthomepage

- Eine subjektive Auswahl -

verwenden Sie solche Fotos selbstverständlich **nicht (ohne die Fotografin um die Übertragung entsprechender Nutzungsrechte gebeten zu haben)** .

Also noch mal in aller Deutlichkeit:

- Verwenden Sie niemals Bildmaterial auf Ihrer Internetseite, für das Sie keine Nutzungsrechte erworben haben, für das Sie den Umfang der vorliegenden Nutzungsrechte nicht genau kennen oder dessen Nutzungsrechte eine solche Nutzung Ihres Wissens nicht umfassen.
- Wenn Sie Bilder von Agenturen kaufen, lesen Sie die Nutzungsrechte genau: Dürfen Sie aufgrund der Lizenzvereinbarung wirklich das tun, was Sie mit den Bildern vorhaben?
- Wenn Sie die Bilder direkt von der Fotografin, Grafikerin, etc. (= Urheberin) kaufen, lassen Sie sich ein entsprechendes Nutzungsrecht schriftlich einräumen.

Im Übrigen kennt das deutsche Recht **keinen gutgläubigen Erwerb** von Nutzungsrechten. Wenn Sie sich Ihre Projektseite also z. B. von einem Designbüro erstellen lassen und auf die Bildbeschaffung somit keinen direkten Einfluss haben, dann lassen Sie sich von der Erstellerin **eidesstattlich versichern, dass durch die verwendeten Bilder keine Urheberrechte verletzt werden**. Dann können Sie später wenigstens die Erstellerin in Regress nehmen, wenn die Urheberin Sie wegen einer dennoch eingetretenen Rechtsverletzung in Anspruch nimmt.

Und um allen Missverständnissen vorzubeugen: Die vorstehenden Ausführungen gelten sinngemäß auch für **alle anderen urheberrechtsfähigen Werke**, also auch **Video- oder Musik-Clips** auf Ihrer Seite, **Texte** und auch die beliebten **Anfahrtskizzen zum Projektstandort**, die sich nicht selten als unbefugt aus Google Maps herauskopiert erweisen. Absolut unnötig, denn Google stellt eine dezidierte **kostenlose Programmierschnittstelle** (API) zur Verfügung, über die eine dynamische Anfahrtskizze völlig legal in die eigene Internetseite eingebunden werden kann.

Stolperfälle:

Karten / Google Maps

„Mir ist das alles zu kompliziert. Ich mache meine Fotos einfach selbst. Das wird doch wohl keine Probleme machen, oder?“

Personenfotos?

Recht am eigenen Bild!

Nun, das kommt darauf an. Das Urheberrecht ist bei eigenen Werken naturgemäß nicht problematisch, als „Dauerbrenner“ in Sachen juristischer Auseinandersetzungen erweist sich aber beispielsweise das **„Recht am eigenen Bild“** bei Fotos von Personen, etwa auf Projektveranstaltungen.

Das Recht am eigenen Bild ist Ausfluss des **Persönlichkeitsrechts** und besagt nichts anderes, als dass jeder Mensch selbst bestimmen darf, **ob er fotografiert wird** bzw. **ob und wie diese Bilder veröffentlicht werden**.

Auch das Recht am eigenen Bild unterliegt im Hinblick auf die Interessen der Allgemeinheit gewissen Einschränkungen, auf die ich in der Folge noch kurz eingehen werde.

Grundsatz:

nur mit **„Model Release“**

Grundsätzlich führt das Recht am eigenen Bild aber dazu, dass sie für **jedes Foto, auf dem Personen erkennbar abgebildet sind**, von **jeder der abgebildeten Personen** (optimalerweise vor dem Fotografieren!) eine schriftliche Einwilligung- und Freigabeerklärung, ein sogenanntes **„Model Release“** einholen müssen, in dem insbesondere auch der Umfang der Befugnis zur späteren Nutzung des Bildes geregelt ist. Beachten Sie auch die Verteilung der Verantwortlichkeiten in diesem Fall: Die Fotografin muss sich vergewissern, **ob die abgebildete Person mit dem Fotografieren einverstanden ist**. Es kann nicht Aufgabe der Fotografierten sein, hinter der Fotografin „herzulaufen“, um die

Rechtliche Fallstricke bei der Gestaltung einer Projekthomepage

- Eine subjektive Auswahl -

Praxistipp:

Frühzeitig hinweisen!

Recht am eigenen Bild:

Die Ausnahmen

Achtung:

Nicht alles, was umgangssprachlich als Pressespiegel bezeichnet wird, ist auch einer!

Merke:

Verlinkung ist **keine Wiedergabe oder Vervielfältigung** und daher urheberrechtlich **stets gestattet**.

Verwendung eines unbefugt entstandenen Fotos zu verhindern. Bei Kindern als Fotomotiv ist die **Einwilligung der Erziehungsberechtigten** erforderlich.

Wie kann das praktisch umgesetzt werden?

Denkbar wäre beispielsweise, schon in der **Einladung zu Projektveranstaltungen** darauf hinzuweisen, dass auf der Veranstaltung Lichtbilder aufgenommen werden. Bei schriftlicher Anmeldung der TeilnehmerInnen könnte auch auf dem **Anmeldezettel** eine entsprechende Einwilligungserklärung untergebracht werden, die dann mitunterschieden wird. Zusätzlich sollte während der Veranstaltung noch ein **weiterer Hinweis** erfolgen, ergänzt um die Bitte an Personen, die sich partout nicht fotografieren lassen wollen, **die Veranstaltung zu verlassen**.

Daneben sollte im Projekt ein **Vordruck** für ein entsprechend angepasstes Model-Release bereitliegen. Vorlagen hierfür können unter anderem bei der **Abteilung Öffentlichkeitsarbeit des PT-DLR** angefordert werden.

Nur ausnahmsweise tritt das Recht am eigenen Bild hinter die Interessen der Allgemeinheit zurück (= keine Einwilligungserklärung erforderlich), etwa wenn

- **Personen der Zeitgeschichte** fotografiert werden (z. B. aus Politik, Wirtschaft oder Prominenz – sofern auch der abgebildete Vorgang entsprechende öffentliche Relevanz hat),
- die abgebildeten Personen nur „**Beiwerk**“ eines **Hauptmotivs** sind (Kontrollfrage: Kann die Person weggelassen werden, ohne dass sich der Charakter oder Gegenstand des Bildes ändert?) oder
- wenn Menschenansammlungen auf **öffentlichen Veranstaltungen oder Versammlungen** fotografiert werden (Wichtig: Sobald einzelne TeilnehmerInnen motivisch aus der Anonymität der Massenveranstaltung herausgelöst bzw. -gestellt werden, greift diese Ausnahme nicht!)

b. Online-„Pressespiegel“

„Hurra! Die Presse berichtet über unser Projekt.“

Die Projektleitung platzt vor Stolz – Zu Recht! –und möchte diesen freudigen Moment sogleich der ganzen Welt kundtun, indem sie den eingescannten Artikel auf die Projekthomepage stellt. Autsch! Das ist nicht gestattet.

Habe ich da eben jemand „**Wieso? Pressespiegelprivileg!**“ rufen hören? Setzen, Sechs! Wer aufgepasst hat, dem wird sofort aufgefallen sein, dass es sich bei einer solchen Sammlung von Presseberichten auf der Internetseite des Projektes keineswegs um einen Pressespiegel handelt, weil er eben gerade **nicht ausschließlich betriebs- oder behördenintern verbreitet wird**. Im Gegenteil, im Internet kann eine **unbestimmte Vielzahl von Leserinnen** auf den Bericht zugreifen.

Und auch das Zitatprivileg ist hier nicht einschlägig, da das Zitat **nicht Teil eines eigenen, schutzfähigen Werkes ist**, sondern nur die bloße Wiedergabe des fremden Werkes.

Da somit keine der Privilegierungen greift, folgt daraus: Sofern seitens des Zeitungsverlages kein ausdrückliches Recht zur Nutzung des Artikels erteilt wurde, ist eine wie auch immer geartete **Wiedergabe auf der Internetseite des Projektes unzulässig**. Also:

- Entweder den Zeitungsverlag kontaktieren und sich ein entsprechendes Nutzungsrecht (schriftlich!) einräumen lassen
- und/oder, sofern die Zeitung eine **Online-Ausgabe** veröffentlicht: Den Inhalt des Artikels auf Ihrer Seite kurz **mit eigenen Worten** zusammenfassen

und **direkt verlinken** (sog. „deep link“ direkt auf den Artikel und nicht nur zur Homepage der Zeitung/Zeitschrift).

B. Die Internetseite: Die Domain und ihr Schutz

Rechtsfragen rund um den Internetauftritt stellen sich in der Regel nicht erst mit der konkreten Gestaltung der Seite, sondern schon vorher, nämlich bei der Namensgebung und der Registrierung des zukünftigen Namens der Seite, der sogenannten „Domain“.

Rechtliche Stockfehler in diesem Bereich sind vor allem eins: lästig. Sie können nämlich dazu führen, dass Ihre Seite, die sich unter einer bestimmten Domain gerade etabliert hatte, plötzlich umbenannt oder aus dem Netz genommen werden muss. Erlauben Sie mir daher folgende kurze Anmerkung zu den technischen und rechtlichen Grenzen bei der Domainnamensgebung.

1. Grundlagen

a. Wozu Domains?

Computer erkennen sich untereinander im Internet grundsätzlich über rein numerische Adressen, die sogenannten IP-Adressen (Bsp.: 130.94.122.195). Will ein Computer über das Internet mit einem anderen Computer kommunizieren, so sendet er Datenpakete an dessen IP-Adresse.

Da sich Menschen Zahlen in aller Regel deutlich schlechter merken können als konkrete Begriffe oder Wörter, wurde das Domainnamensystem (DNS) entwickelt, welches es erlaubt, anstelle der Ziffern einprägsame, frei wählbare Wörter, Namen und Begriffe als Name eines Internet-Angebotes (eben als „Domain“) zu verwenden. Wird nun eine spezielle Domain im Internet aufgerufen, übernehmen zwischengeschaltete Rechner, die „Namensserver“, die Übersetzung der Domain in die zugehörige IP-Adresse. Um eine eindeutige Übersetzung zu gewährleisten, darf jede Domain, wie auch eine IP-Adresse, weltweit nur einmal registriert werden.

b. Aufbau einer Domain

Beispiel:

www. <i>Servername</i>	perspektive-berufsabschluss <i>(Second-Level-)Domain</i>	.de <i>Top-Level-Domain</i>
---------------------------	---	--------------------------------

Der erste Abschnitt der Domain ist der Name des Serverdienstes (ftp. / mail. / www. etc.), welcher jedoch auch entfallen kann. In der Regel wird der Server entsprechend der Bezeichnung des Internetdienstes mit „www.“ benannt. Die davon durch einen Punkt abgetrennte Second-Level-Domain (oder auch nur kurz: Domain) stellt den eigentlichen Namensteil dar. Die abschließende Top-Level-Domain gibt entweder Aufschluss über die länderspezifische oder die inhaltliche Einordnung des Angebots (zum Beispiel „de“ oder „com“).

Zuständig für die Vergabe der Top-Level-Domains ist die amerikanische ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers).

Die Second-Level-Domains unterhalb der Top-Level-Domain „.de“ werden von der **DENIC eG** verwaltet. Die DENIC ist ein Zusammenschluss der Internet-Provider in Deutschland. Die Registrierung einer .de-Domain kann über jeden Provider vorgenommen werden, der entweder selbst Mitglied der DENIC ist oder mit einem der Mitglieder zusammenarbeitet. Üblicherweise wird die Registrierung bei der Planung eines Internetauftritts mit angeboten oder ist in einem Paketangebot für den Internetzugang bereits enthalten.

2. Technische Grenzen der Domainnamensgebung für „.de“-Domains

- Eine Domain besteht aus mindestens drei und maximal 63 Buchstaben, Ziffern oder dem Bindestrich.
- Der Domain-Name muss mit einem Buchstaben oder einer Ziffer beginnen und enden und mindestens einen Buchstaben enthalten.
- Es erfolgt keine Unterscheidung zwischen Groß- und Kleinschreibung.
- Es dürfen keine Namen bestehender Top-Level-Domains (arpa, com, gov, mil, nato, net, org, edu, etc.) verwendet werden.
- Ebenfalls unzulässig ist die Verwendung deutscher Kfz-Kennzeichen.
- Seit 01.03.2004: Umlaute und Sonderzeichen sind erlaubt, jedoch nur bedingt empfehlenswert.

Die Einhaltung dieser technischen Grenzen wird durch die DENIC bei der Registrierung überprüft: Eine Domain ist außerhalb dieser Grenzen nicht registrierungsfähig.

3. Rechtliche Grenzen der Domainnamensgebung

Beachten Sie: Domainrecht ist ein sehr junges Rechtsgebiet - die deutsche Gerichtsbarkeit betritt hier praktisch täglich rechtliches Neuland. Es ist daher im Einzelfall fast unmöglich zu vorherzusagen, wie ein bestimmtes Gericht in einem bestimmten Fall entscheiden wird. Jedoch beginnen sich bestimmte Fallgruppen abzuzeichnen, in denen eine Niederlage vor Gericht für Sie in hohem Maße wahrscheinlich ist. Beachten Sie daher bitte in Ihrem eigenen Interesse folgende Maßgaben.

Verwenden Sie niemals

- Namen von geschützten Marken oder Namen von Unternehmen: Welche Marken Schutzwirkung in Deutschland genießen, können Sie auf der [Homepage des Deutschen Patent- und Markenamtes](#) online recherchieren. Bei deutschen Unternehmen: auch nicht als .com-, .org-, etc. Domains!
- Namen von bekannten Druckerzeugnissen, Filmen oder Computersoftware
- Namen von prominenten Persönlichkeiten
- Namen von Städten bzw. sonstigen Gebietskörperschaften des öff. Rechts: Das Recht an diesen Namen steht ausschließlich den betreffenden Städten, Gemeinden etc. selbst zu.
Ausnahme: Der Name ist nur Zusatz zu einem weiteren Namensbestandteil, so ist z. B. [www.nq-kiel.de](#) erlaubt, [www.kiel.de](#) aber nicht.
- Bezeichnungen staatlicher Einrichtungen

Die DENIC prüft die Einhaltung dieser rechtlichen Grenzen bei der Registrierung **nicht**, lässt sich vielmehr von Ihnen bescheinigen, **dass Sie diese Prüfung vorgenommen haben**. Im Falle einer Rechtsverletzung treffen die unangenehmen Folgen daher auch **allein Sie!**

C. Rechtliche Mindestanforderungen an den Inhalt der Website

Auch wenn das Internet häufig für seine Anonymität gerühmt (oder verflucht) wird, so gilt dies nicht für die Betreiberinnen von Internetseiten. Vielmehr treffen Websitebetreiberinnen umfassende Aufklärungs- und Informationspflichten, denen sie nachkommen müssen. Im Versäumnisfall drohen auch hier kostenpflichtige Abmahnungen und/oder Bußgelder.

1. Die Anbieterkennzeichnung (Impressum)

a. Wer?

Eine Impressumspflicht ist derzeit (Stand: 15.01.2012) an verschiedenen Stellen postuliert:

Insbesondere das Merkmal der „**Geschäftsmäßigkeit**“ kann in der Praxis Abgrenzungsprobleme bereiten.

Also: Nur bei einem **ausschließlich privaten Zweck** ist Anonymität gestattet!

- **§ 5 Telemediengesetz (TMG): Umfassende Impressumspflicht** für Anbieterinnen von **geschäftsmäßigen, in der Regel gegen Entgelt angebotenen Telemedien** (= alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste).
- **§ 55 Abs. 1 Rundfunkstaatsvertrag (RStV): Eingeschränkte Impressumspflicht** für Anbieterinnen von Telemedien, die nicht unter § 5 TMG fallen aber auch nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen.
- **§ 55 Abs. 2 Rundfunkstaatsvertrag (RStV): Erweiterte Impressumspflicht** für Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen insbesondere vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text und Bild wiedergegeben werden.

Da nur rein private Internetseiten auf eine Anbieterkennzeichnung verzichten dürfen, sollten Sie bei einer Projektwebseite immer davon ausgehen, dass sie zur Führung einer Anbieterkennzeichnung verpflichtet sind. Wegen der teilweise komplizierten Abgrenzungsfragen (insbesondere zwischen § 5 TMG und § 55 RStV) sollten Sie sich im Zweifel an der „schärferen“ Vorschrift des § 5 TMG orientieren und lieber zu viele, als zu wenige Angaben machen.

b. Was?

§ 5 TMG enthält eine relativ umfassende und erschöpfende Aufzählung der erforderlichen Mindestangaben und sei daher an dieser Stelle im Volltext wiedergegeben (Hervorhebungen im Text durch den Verfasser):

§ 5 TMG

(1) Diensteanbieter haben für geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene Telemedien folgende Informationen **leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar** zu halten:

Name = Nachname und mindestens ein ausgeschriebener Vorname.

Anschrift = kein Postfach!

1. den **Namen und die Anschrift, unter der sie niedergelassen sind**, bei juristischen Personen zusätzlich die **Rechtsform, den Vertretungsberechtigten** und, sofern Angaben über das Kapital der Gesellschaft gemacht werden, das Stamm- oder Grundkapital sowie, wenn nicht alle in Geld zu leistenden Einlagen eingezahlt sind, der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen,
2. Angaben, die eine **schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit ihnen ermöglichen**, einschließlich der **Adresse der elektronischen Post**,

Rechtliche Fallstricke bei der Gestaltung einer Projekthomepage

- Eine subjektive Auswahl -

z. B. Gastronomiebetriebe, die eine Zulassung nach dem Gaststättengesetz benötigen

Berufsgruppen, die einer **Berufskammer** angehören, also z. B. Rechtsanwältinnen, Steuerberaterinnen, etc.

Sollte keine UStID vorliegen, **keinesfalls die „normale“ Steuernummer** stattdessen angeben!

3. soweit der Dienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen **Aufsichtsbehörde**,
4. **das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister**, in das sie eingetragen sind, und die entsprechende **Registernummer**,
5. soweit der Dienst in Ausübung eines Berufs im Sinne von Artikel 1 Buchstabe d der Richtlinie 89/48/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 über eine allgemeine Regelung zur Anerkennung der Hochschuldiplome, die eine mindestens dreijährige Berufsausbildung abschließen (ABl. EG Nr. L 19 S. 16), oder im Sinne von Artikel 1 Buchstabe f der Richtlinie 92/51/EWG des Rates vom 18. Juni 1992 über eine zweite allgemeine Regelung zur Anerkennung beruflicher Befähigungsnachweise in Ergänzung zur Richtlinie 89/48/EWG (ABl. EG Nr. L 209 S. 25, 1995 Nr. L 17 S. 20), zuletzt geändert durch die Richtlinie 97/38/EG der Kommission vom 20. Juni 1997 (ABl. EG Nr. L 184 S. 31), angeboten oder erbracht wird, Angaben über
 - a) die **Kammer**, welcher die Diensteanbieter angehören,
 - b) die **gesetzliche Berufsbezeichnung** und den **Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist**,
 - c) die **Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen** und dazu, **wie diese zugänglich sind**,
6. in Fällen, in denen sie eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer nach § 139c der Abgabenordnung besitzen, die Angabe dieser Nummer,
7. bei Aktiengesellschaften, Kommanditgesellschaften auf Aktien und Gesellschaften mit beschränkter Haftung, die sich in Abwicklung oder Liquidation befinden, die Angabe hierüber.

(2) Weitergehende Informationspflichten **nach anderen Rechtsvorschriften** bleiben unberührt.

Wer darüber hinaus journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote erstellt und in diesem Zusammenhang in periodischer Folge Texte verbreitet, muss zusätzlich **eine Verantwortliche für die redaktionellen Inhalte** benennen (mit Name und Anschrift). Diese Angabe ist auch dann erforderlich, **wenn die Verantwortliche mit der Sitebetreiberin identisch ist**. Die Verantwortliche muss eine natürliche Person sein, ihren ständigen Aufenthalt im Inland haben und voll geschäftsfähig sein. Werden mehrere Verantwortliche angegeben, muss erkennbar sein, wer für welches konkrete Angebot verantwortlich ist.

c. Wo?

- Die Anbieterkennung muss so platziert werden, dass sie „leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar“ ist. Im Optimalfall soll die Nutzerin der Seite das Impressum bei Bedarf von jeder einzelnen Seite aus mit maximal einem Klick erreichen können. Nach der Rechtsprechung kann jedoch auch eine Anbieterkennung den gesetzlichen Vorgaben genügen, die über zwei Klicks erreichbar ist.
- Jedenfalls nicht den gesetzlichen Bestimmungen entsprechend platziert ist nach Auffassung der Rechtsprechung ein Impressum, welches sich hinter einem Link verbirgt, der nur durch waagerechtes Scrollen der Seite oder längeres senkrecht Scrollen der Seite zu erreichen ist.

- Zweckmäßigerweise sollte der Link zum Impressum einen entsprechend aussagekräftigen Namen tragen („Impressum“, „Kontakt“). Es ist nicht empfehlenswert, das Impressum unter Rubriken wie „AGB“ oder „Wir über uns“ zu verstecken.
- Bringen Sie Ihre Pflichtangaben auch besser nicht in einer Grafik unter: Bei NutzerInnen reiner Textbrowser wäre Ihr Impressum sonst faktisch nicht vorhanden. Dies könnte gegebenenfalls vor Gericht gegen Sie verwendet werden.
- Diese Impressumspflicht besteht auch für Seiten, mit denen ausschließlich ausländische NutzerInnen angesprochen werden sollen. Wird die Website in einer fremden Sprache veröffentlicht, müssen auch die Impressumangaben in dieser Sprache formuliert sein. Ist die Website mehrsprachig, muss das Impressum in jeder der verwendeten Sprachen vorhanden sein.



d. Folgen bei fehlerhaftem oder fehlendem Impressum

- Verhängung eines Bußgeld bis 50.000,- € (!) möglich
- Evtl. Abmahnung mit strafbewehrter Unterlassungserklärung, s. u.

2. Die Datenschutzerklärung

BetreiberInnen von Telediensten (s. o.) müssen noch eine weitere Norm aus dem Telemediengesetz beachten - hinsichtlich des Datenschutzes. Gemäß § 13 TMG hat nämlich die Betreiberin eines Teledienstes die Nutzerin zu Beginn des Nutzungsvorgangs über Art, Umfang und Zwecke der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten zu unterrichten.

„Moment! Was für personenbezogene Daten? Wir erfassen doch von unseren WebsitebesucherInnen keine Daten!“

Doch, das tun Sie bzw. Ihr Internetanbieter. Und zwar vollautomatisch, bei jedem Besuch auf Ihrer Seite. Insbesondere werden regelmäßig erfasst:

- IP-Adresse jedes anfragenden Rechners,
- Datum und Uhrzeit des Zugriffs,
- Name und URL von abgerufenen Dateien,
- übertragene Datenmenge,
- Meldung über erfolgreiche Seiten- bzw. Dateiaufrufe,
- Erkennungsdaten des verwendeten Browsers und des Betriebssystems,
- ggf. die URL der Webseite, von der aus der Zugriff erfolgt und
- der Name des Internet-Zugangs-Providers der Anfragenden.

Vor allem die IP-Adresse, also die eindeutige Zuordnungsnummer des anfragenden Rechners, wird von der Rechtsprechung zunehmend als personenbezogenes Merkmal aufgefasst.

Und haben Sie auf Ihrer Seite nicht auch ein Kontaktformular? Darüber fragen Sie unter Umständen noch weitere personenbezogene Informationen ab, etwa den Namen und die (eMail-)Adresse.

Und verwenden Sie vielleicht auch noch Webanalysedienste wie z. B. Google Analytics? Dann wird es höchste Zeit, die BesucherInnen Ihrer Internetseite darüber zu informieren, wie Sie mit diesen Daten umgehen!

Ihnen an dieser Stelle einen Mustertext für eine Datenschutzerklärung zur Verfügung zu stellen, würde zum einen den Rahmen dieses Skriptes sprengen und wäre zum anderen auch fahrlässig. Die Rechtsprechung im Bereich Internet ändert sich so schnell, dass der Mustertext wahrscheinlich schon in kurzer Zeit

veraltet wäre. Ich möchte Ihnen daher für die Erstellung eines solchen Textes die Dienste der Rechtsanwältin Ihres Vertrauens anempfehlen.

3. Die sogenannten „Disclaimer“

Als sogenannte „Disclaimer“ (von engl. „to disclaim“ = ablehnen, abstreiten) bezeichnet man Klauseln, mit denen die Betreiber einer Website die Haftung (insbesondere für externe Links auf andere Websites) ausschließen möchten.

Sinn bzw. Unsinn solcher Disclaimer ist unter Juristen hochgradig umstritten. Eine insoweit eindeutige Rechtsprechung existiert – entgegen anders lautender Gerüchte im Internet – nicht.

Grundsätzlich scheint sich die Tendenz in der Rechtsprechung abzuzeichnen, dass eine Haftung für externe Links jedenfalls dann angenommen wird, wenn sich der Inhalt der verlinkten Seiten - ausdrücklich oder konkludent - „zu eigen gemacht wird“.

Beachten Sie darüber hinaus folgende allgemeine Verhaltensregeln für Links:

- Verlinken Sie keine zweifelhaften oder rechtlich fragwürdigen Websites. Wenn Sie von vornherein das Gefühl haben, sich von den Inhalten einer verlinkten Seite distanzieren zu müssen, setzen Sie den Link nicht.
- Kennzeichnen Sie externe Links eindeutig, trennen Sie diese deutlich von „Ihren“ Inhalten.
- Lassen Sie externe Links immer in einem neuen Browserfenster öffnen.
- Kennzeichnen Sie, wann (Datum, Uhrzeit) ein Link gesetzt wurde bzw. wann Sie Ihre Links zuletzt überprüft haben.
- Setzen Sie keine sogenannten „deep links“ (= Link direkt auf eine Unterseite einer Website). Verlinken Sie also ausschließlich auf die Startseite einer anderen Website. Je weiter eine Unterseite nämlich von der Homepage „entfernt“ ist, desto größer wird die Wahrscheinlichkeit, dass sich der Seiteninhalt in für Sie nicht vorhersehbarer Weise ändert.
- Überprüfen Sie Ihre Links regelmäßig.

Aufmerksame Leserinnen haben hier den Widerspruch zum Kapitel „Pressespiegel“ sicher bemerkt...

D. Die Abmahnung

1. Was ist eine Abmahnung?

Möglicherweise werden Sie eines Tages im Zusammenhang mit dem Namen Ihrer Domain oder inhaltlichen Aspekten Ihrer Website ein Schreiben erhalten, in welchem Sie aufgefordert werden, eine (vermeintliche oder tatsächliche) Rechtsverletzung zu unterlassen. Diese Aufforderung bezeichnet die Juristin als Abmahnung.

Die in ihrem Recht (tatsächlich oder vermeintlich) Verletzte erhebt also nicht sofort Klage vor Gericht, sondern lässt der Verursacherin (in der Regel durch eine Rechtsanwältin) ein Schreiben zustellen, in dem jene aufgefordert wird, die Rechtsverletzung sofort einzustellen.

Problematisch wird dies dadurch, dass die Abgemahnte die Kosten der Abmahnerin zu tragen hat – im Zweifelsfall also deren Anwaltskosten. Diese Kosten können je nach Gegenstandswert der Abmahnung mehrere hundert bzw. tausend Euro betragen.

2. Was mache ich, wenn ich abgemahnt werde?

a. Seien Sie sich des Ernstes der Lage bewusst.

Jede Abmahnung birgt für Sie ein Kostenrisiko. Schon die Abmahnung selbst ist – wie erwähnt – kostenpflichtig. Zudem wird in einer Abmahnung regelmäßig eine kurz bemessene Frist für die Abgabe einer sogenannten „strafbewehrten Unterlassungserklärung“ gesetzt, in welcher Sie sich vertraglich verpflichten, die fragliche Rechtsverletzung nicht zu wiederholen oder, im Falle der Zuwiderhandlung, den Verstoß mit einer festgesetzten Geldsumme zu büßen. Halten Sie diese Frist nicht ein, droht Ihnen der Erlass einer einstweiligen Verfügung, welche wiederum mit Kosten für Sie verbunden ist.

Versuchen Sie daher auf keinen Fall, die Situation auszusitzen, sondern reagieren Sie unverzüglich!

b. Stellen Sie das gerügte Verhalten umgehend ab und suchen Sie kundigen Rechtsrat.

Nehmen Sie die Abmahnung zum Anlass, Ihre Website erneut auf rechtliche Mängel zu überprüfen. Beheben Sie jeden Missstand, den Sie finden.

In der Regel ist die weitergehende Frage, ob Sie zu Recht abgemahnt wurden, für Sie als juristische Laien nur schwer oder gar nicht zu beantworten. Wenden Sie sich daher bitte umgehend an eine Rechtsanwältin, vorzugsweise eine Fachfrau für gewerblichen Rechtsschutz. Vereinbaren Sie hierbei zunächst nur eine Erstberatung, in der Sie Risiken und deren Kosten erörtern. Erkundigen Sie sich aber vorher nach den Kosten für eine solche Erstberatung. Hier kann es von Anwältin zu Anwältin Unterschiede geben.

c. Keine Panik: Nicht jede Abmahnung ist rechtmäßig.

Wegen ihrer Kostenpflichtigkeit sind Abmahnungen ein gutes Geschäft.

Das macht sie zu einer begehrten Einnahmequelle für „windige“ Juristinnen und dubiose Abmahnvereine, die sich in der jüngeren Vergangenheit massenhaft verbreiten. Oft sind diese Personen / Vereine überhaupt nicht berechtigt, rechtswirksam Abmahnung vorzunehmen, sondern hoffen darauf, dass ein Anwaltsbriefkopf und ein entsprechend forschender Ton ihr Übriges tun, um den Abgemahnten zur Zahlung zu bewegen.

Ihre Rechtsanwältin wird Sie diesbezüglich beraten.