

Infoschrift Fotos nutzen in Social Media und Internet

A. Einleitung

In jüngster Zeit haben zahlreiche Kulturinstitutionen, Vereine und Künstler:innen Abmahnungen wegen der Verwendung von Fotos auf Social-Media-Plattformen erhalten. Besonders überraschend war dabei, dass viele Betroffene die Bilder nicht selbst hochgeladen hatten. Häufig hatten sie lediglich die von Webseiten oder Plattformen vorgesehenen Funktionen genutzt, um Beiträge zu teilen oder weiterzuverbreiten.

Gerade diese Fallgestaltungen werfen schwierige urheberrechtliche Fragen auf. Denn technisch unterscheidet sich das bloße Setzen eines Hyperlinks erheblich von einem plattforminternen Repost, der Nutzung eines externen Share-Buttons oder dem eigenständigen Hochladen eines Fotos. Diese Unterschiede werden im Alltag häufig nicht wahrgenommen, sind für die urheberrechtliche Bewertung jedoch von zentraler Bedeutung.

Die vorliegende Informationsschrift erläutert deshalb nicht nur die rechtlichen Grundlagen, sondern ordnet die wichtigsten technischen Nutzungshandlungen systematisch ein. Ziel ist es, Vereinen, Ensembles und Kulturinstitutionen eine Orientierung zu geben, welche Nutzungen regelmäßig unproblematisch sind, bei welchen Fallgestaltungen besondere Vorsicht geboten ist und wann regelmäßig eigene Nutzungsrechte erforderlich sind.

B. Infoschrift

Im Folgenden werden die Nutzungsarten Verlinken, Share-Button (plattformextern und plattformintern) und Neu-Upload erläutert. Nutzungsart für Nutzungsart wird dabei den Fragen nachgegangen: Wie funktioniert die jeweilige Nutzungsart technisch?

Wie ist sie urheberrechtlich einzuordnen?

Welche Konsequenzen ergeben sich hieraus für die Praxis?

I. Verlinken

1. Technische Beschreibung



Beim Verlinken wird auf einen bereits im Internet veröffentlichten Inhalt verwiesen, ohne dass dieser Inhalt selbst auf der eigenen Website oder dem eigenen Social-Media-Profil gespeichert oder erneut hochgeladen wird. Der Nutzer setzt lediglich einen Hyperlink, der auf den ursprünglichen Speicherort des Inhalts verweist.

Hiervon zu unterscheiden sind technische Funktionen, bei denen zusätzlich Inhalte – etwa Überschriften, Ankündigungstexte oder Bilder – übernommen werden. Diese Fallgestaltungen werden in den nachfolgenden Abschnitten behandelt.

2. Beispiel

Ein Nutzer /eine Nutzerin veröffentlicht auf der eigenen Website oder dem eigenen Facebook-Profil einen Link zu einem Presseartikel einer Tageszeitung. Der Link verweist auf den Originalbeitrag auf der Website des jeweiligen Mediums, ohne dass Fotos oder sonstige Inhalte gesondert hochgeladen werden.

3. Rechtslage

Der Gerichtshof der Europäischen Union hat mehrfach entschieden, dass das bloße Setzen eines Hyperlinks grundsätzlich keine urheberrechtlich relevante öffentliche Wiedergabe im Sinne von Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 2001/29/EG bzw. §§ 15 Abs. 2, 19a UrhG darstellt, wenn der verlinkte Inhalt mit Zustimmung des Rechteinhabers frei im Internet zugänglich ist und durch den Hyperlink kein „neues Publikum“¹ erschlossen wird (EuGH, Urt. v. 13.02.2014 – C-466/12 – Svensson; EuGH, Beschl. v. 21.10.2014 – C-348/13 – BestWater).

Anders kann die Rechtslage zu beurteilen sein, wenn durch den Hyperlink Zugangsbeschränkungen umgangen oder Inhalte verlinkt werden, die offensichtlich ohne Zustimmung des Rechteinhabers veröffentlicht wurden. Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union kann insbesondere bei einer Gewinnerzielungsabsicht eine Prüfungspflicht

¹ Ein „neues Publikum“ in diesem Sinn ist ein Publikum, das die Inhaber des Urheberrechts nicht hatten erfassen

wollen, als sie die ursprüngliche öffentliche Wiedergabe erlaubten (vgl. entsprechend Urteil SGAE, Rn. 40 und 42, Beschluss vom 18. März 2010, Organismos Sillogikis Diacheirisis Dimiourgon Thetrikon kai Optikoakoustikon Ergon, C-136/09, Rn. 38, und Urteil ITV Broadcasting u. a., Rn. 39.)

Beispiele: Ist ein Werk mit Zustimmung des Rechteinhabers für alle Internetnutzer frei zugänglich, wird davon ausgegangen, dass der Rechteinhaber bereits die gesamte Internetöffentlichkeit als Publikum erfassen wollte. Ein bloßer Link auf diese frei zugängliche Quelle erschließt somit kein neues Publikum und verletzt das Urheberrecht grundsätzlich nicht. Ein neues Publikum wird hingegen dann erschlossen, wenn technische Schutzmaßnahmen (wie Paywalls) umgangen werden, der Erst-Upload ohne Zustimmung des Urhebers erfolgte, das Werk eigenständig auf einer anderen Website neu hochgeladen wird oder technische Anti-Framing-Maßnahmen umgangen werden.



hinsichtlich der Rechtmäßigkeit der ursprünglichen Veröffentlichung bestehen (EuGH, Urt. v. 08.09.2016 – C-160/15 – GS Media).

Die Rechtsprechung zum Hyperlink ist jedoch nicht ohne Weiteres auf andere technische Funktionen übertragbar. Insbesondere dann, wenn beim Teilen eines Beitrags zusätzlich urheberrechtlich geschützte Inhalte – etwa Vorschaubilder – übernommen oder angezeigt werden, stellt sich die Frage, ob über die bloße Verlinkung hinaus eigenständige Nutzungshandlungen vorliegen. Diese Konstellationen sind gesondert zu beurteilen.

4. Exkurs: Abgrenzung zum Embedding /Framing

Nicht nur Hyperlinks, sondern auch das Einbetten fremder Inhalte (Embedding oder Framing) kommt in der Praxis häufig vor. Dabei wird ein fremder Inhalt – etwa ein Video oder ein Social-Media-Beitrag – so auf der eigenen Website dargestellt, dass er unmittelbar dort abgespielt oder angezeigt werden kann, obwohl die Datei weiterhin auf dem Server des ursprünglichen Anbieters gespeichert bleibt.

Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union ist Framing grundsätzlich zulässig, sofern der Inhalt mit Zustimmung des Rechteinhabers öffentlich zugänglich gemacht wurde und hierbei keine vom Rechteinhaber eingesetzten technischen Schutzmaßnahmen umgangen werden (EuGH, C-348/13 – BestWater; EuGH, C-392/19 – VG Bild-Kunst). Die Rechtsprechung zu Framing wird teilweise auf Embedding übertragen. Nach der Rechtsprechung des EuGH gilt auch für das Einbetten fremder Inhalte auf der eigenen Webseite im Wege des sog. Inline-Linking, dass keine öffentliche Zugänglichmachung vorliegt, wenn das Werk auf der verlinkenden Seite demselben Publikum zugänglich gemacht wird, an das der Rechteinhaber bereits beim Hochladen auf der Ausgangsseite gedacht hat

5. Empfehlung:

Für die Das bloße Setzen eines Hyperlinks auf rechtmäßig veröffentlichte Inhalte ist grundsätzlich zulässig. Nutzer:innen sollten nach Möglichkeit auf die Originalquelle verlinken und keine Inhalte übernehmen, die offensichtlich unberechtigt veröffentlicht wurden. Werden beim Verlinken automatisch weitere Inhalte, insbesondere Bilder, angezeigt oder übernommen, ist zu prüfen, ob es sich noch um eine bloße Verlinkung oder bereits um eine andere Form der Nutzung handelt.

In der Praxis werden die Begriffe Framing und Embedding (auch Inline Linking) teilweise synonym verwendet, obwohl es sich technisch um unterschiedliche Verfahren handelt. Beim Framing wird eine fremde Website in einem Rahmen auf der eigenen Website angezeigt, während beim Embedding



einzelne Elemente (z.B. Bilder oder Videos) direkt in die eigene Webseite eingebettet werden. Für die urheberrechtliche Beurteilung ist jedoch entscheidend, dass beide Techniken nach der Rechtsprechung des EuGH grundsätzlich zulässig sind, solange keine Schutzmaßnahmen des Urhebers umgangen werden.

II. Teilen über externe Share-Buttons

1. Technische Beschreibung

Viele Internetseiten bieten die Möglichkeit, Beiträge unmittelbar über sogenannte Share-Buttons in sozialen Netzwerken zu teilen. Hierzu werden unter einem Beitrag auf einer Webseite Schaltflächen verschiedener Plattformen (z. B. Facebook, LinkedIn oder X) eingeblendet. Betätigt der Nutzer einen solchen Share-Button, wird auf der ausgewählten Plattform ein neuer Beitrag vorbereitet.

Regelmäßig wird dabei nicht lediglich die Internetadresse (URL) des Beitrags übernommen. Vielmehr ruft die Plattform zusätzlich bestimmte Metadaten der verlinkten Internetseite ab. Hierzu gehören insbesondere der Titel des Beitrags, eine Kurzbeschreibung sowie ein Bild, das auf der Internetseite als sogenanntes „Open-Graph-Bild“ (og:image) hinterlegt ist. Aus diesen Informationen erzeugt die Plattform automatisiert eine Linkvorschau (Link Preview), die dem Nutzer anschließend auf der Plattform angezeigt wird.

Die Auswahl des Vorschaubildes erfolgt regelmäßig nicht durch Facebook selbst, sondern anhand der vom Betreiber der Ursprungswebsite bereitgestellten Open-Graph-Metadaten. Das Bild wird in dieser Konstellation also weder vom Nutzer selbst ausgewählt noch eigenständig hochgeladen. Es wird vielmehr aufgrund der technischen Kommunikation zwischen der Internetseite und der jeweiligen Social-Media-Plattform automatisiert übernommen.

2. Beispiel

Ein Verein möchte auf einen Beitrag des NDR über eine Kulturveranstaltung aufmerksam machen. Hierzu nutzt er den auf der Internetseite des NDR eingeblendeten Facebook-Button. Facebook übernimmt daraufhin automatisiert den Link zum Artikel, dessen Überschrift sowie das auf der Internetseite hinterlegte Vorschaubild und erstellt hieraus einen Facebook-Beitrag.

Gerade diese Konstellation war Gegenstand von Abmahnungen der dpa Picture Alliance GmbH.



3. Rechtslage

Die urheberrechtliche Bewertung dieser Fallgestaltung ist bislang höchstrichterlich nicht abschließend geklärt.

Ausgangspunkt ist zunächst die Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union zum Setzen von Hyperlinks. Danach stellt das bloße Setzen eines Hyperlinks auf einen mit Zustimmung des Rechteinhabers frei zugänglichen Inhalt grundsätzlich keine öffentliche Wiedergabe dar, sofern hierdurch kein neues Publikum erschlossen wird (EuGH, Urt. v. 13.02.2014 – C-466/12 – Svensson; EuGH, Beschl. v. 21.10.2014 – C-348/13 – BestWater; EuGH, Urt. v. 08.09.2016 – C-160/15 – GS Media).

Diese Rechtsprechung lässt sich auf die Nutzung externer Share-Buttons jedoch nicht ohne Weiteres übertragen. Anders als beim bloßen Verlinken werden hier regelmäßig zusätzliche Inhalte der Ursprungsseite – insbesondere das als Open-Graph-Bild hinterlegte Vorschaubild – automatisiert übernommen und auf der Social-Media-Plattform dargestellt. Damit stellt sich die Frage, ob und aufgrund welcher Rechtsgrundlage diese zusätzliche Bildnutzung zulässig ist.

Teilweise wird vertreten, dass der Betreiber einer Internetseite, der einen Share-Button einbindet und zugleich Open-Graph-Metadaten bereitstellt, dadurch jedenfalls konkludent in die technisch vorgesehene Erstellung einer Linkvorschau einschließlich des hierfür vorgesehenen Vorschaubildes einwilligt (vgl. Stang/Starke, MAH UrhR, § 31 Rn. 17 ff., 51 ff.). Für diese Auffassung spricht, dass die Open-Graph-Metadaten gerade dem Zweck dienen, sozialen Netzwerken die Erstellung einer Linkvorschau zu ermöglichen und deren Inhalt zu steuern.

Diese Erwägung beantwortet jedoch nicht abschließend die urheberrechtliche Zulässigkeit der Bildnutzung. Der Betreiber einer Internetseite kann eine solche Nutzung nur insoweit gestatten, als ihm hierfür selbst die erforderlichen Nutzungsrechte eingeräumt wurden. Enthält ein Beitrag beispielsweise ein Pressefoto, dessen Lizenz lediglich die Nutzung auf der eigenen Internetseite umfasst, stellt sich die weitere Frage, ob diese Lizenz auch die Verwendung als Open-Graph-Bild für die automatisierte Darstellung auf Social-Media-Plattformen erfasst. Gerade diese Rechtekette ist für außenstehende Nutzer regelmäßig nicht erkennbar.

Von der vorliegenden Fallgestaltung zu unterscheiden sind die Entscheidungen des Bundesgerichtshofs „Vorschaubilder I“ und „Vorschaubilder II“. Diese betreffen die automatisierte Anzeige von Vorschaubildern öffentlich zugänglicher Inhalte durch Suchmaschinen und beruhen auf einer anderen technischen und rechtlichen Ausgangslage. Ob



diese Rechtsprechung auf soziale Netzwerke übertragen werden kann, ist umstritten.

In der urheberrechtlichen Literatur wird überwiegend darauf hingewiesen, dass sich die Situation bei Social-Media-Plattformen wesentlich von derjenigen einer Suchmaschine unterscheidet. Während Suchmaschinen Inhalte automatisiert erfassen und auffindbar machen, beruht die Anzeige eines Vorschaubildes in sozialen Netzwerken regelmäßig auf einer konkreten Entscheidung des Nutzers, einen Beitrag zu teilen. Die Übertragbarkeit der Rechtsprechung zu den Vorschaubildern wird deshalb teilweise ausdrücklich verneint oder jedenfalls nur mit Zurückhaltung befürwortet (Stang/Stärke, MAH UrhR, § 31 Rn. 32 ff.; Frey, in: Gerecke, Handbuch Social-Media-Recht, Kap. 2 Rn. 110 ff.; BeckOK UrhR, § 19a). Ob die dort entwickelten Grundsätze auf die automatisierte Erstellung von Linkvorschauen durch soziale Netzwerke übertragen werden können, ist bislang nicht höchstrichterlich entschieden.

4. Empfehlung

Die Nutzung eines vom Betreiber der Ursprungsseite bereitgestellten Share-Buttons ist urheberrechtlich grundsätzlich günstiger zu beurteilen als das eigenständige Herunterladen und erneute Hochladen eines fremden Fotos. Gleichwohl verbleiben rechtliche Unsicherheiten hinsichtlich der automatisierten Übernahme von Vorschaubildern, solange die höchstrichterliche Rechtsprechung diese Fallgestaltung nicht abschließend geklärt hat.

Erfolgt eine Abmahnung wegen eines automatisch erzeugten Vorschaubildes, sollte daher geprüft werden,

- ob der Beitrag ausschließlich über den vom Webseitenbetreiber vorgesehenen Share-Button verbreitet wurde,
- ob das beanstandete Bild automatisiert als Linkvorschau erzeugt wurde,
- und ob Anhaltspunkte dafür bestehen, dass die Rechtekette zwischen Fotograf, Bildagentur und Betreiber der Ursprungsseite die Nutzung als Open-Graph-Bild umfasst.

III. Teilen über interne Share-Buttons (innerhalb einer Social-Media-Plattform)

1. Technische Beschreibung

Nahezu alle sozialen Netzwerke ermöglichen es, bereits auf der jeweiligen Plattform veröffentlichte Beiträge innerhalb der Plattform weiterzuverbreiten. Die konkrete technische Ausgestaltung unterscheidet sich je nach Anbieter. So



können Beiträge etwa über die Funktion „Teilen“ (Facebook), „Repost“ (LinkedIn oder X), „Zur Story hinzufügen“ oder „Beitrag senden“ (Instagram) weitergegeben werden.

Gemeinsam ist diesen Funktionen, dass sie von der jeweiligen Plattform ausdrücklich vorgesehen werden. Regelmäßig verbleibt der ursprüngliche Beitrag auf dem Server der Plattform und wird innerhalb des jeweiligen Netzwerks erneut angezeigt oder referenziert. Der Nutzer lädt das Foto oder den Beitrag grundsätzlich nicht selbst erneut hoch.

Davon zu unterscheiden sind Funktionen, mit denen Beiträge oder Links aus einer Plattform heraus an externe Dienste (z. B. E-Mail, WhatsApp oder Signal) weitergegeben werden. In diesen Fällen wird regelmäßig lediglich ein Hyperlink auf den ursprünglichen Beitrag übermittelt. Diese Fallgestaltung ist gesondert zu beurteilen.

2. Beispiele

Ein Verein nutzt die Facebook-Funktion „Teilen“, um einen öffentlichen Beitrag eines Museums auf seiner eigenen Facebook-Seite anzuzeigen.

Ein Verein repostet einen öffentlichen LinkedIn-Beitrag eines Kooperationspartners.

Ein Verein fügt einen öffentlichen Instagram-Beitrag eines Veranstalters seiner eigenen Story hinzu.

Ein Verein versendet einen öffentlichen Instagram-Beitrag über die Funktion „Link teilen“ per WhatsApp an seine Mitglieder.

3. Rechtslage

Die urheberrechtliche Bewertung plattforminterner Share-Funktionen unterscheidet sich von der Beurteilung externer Share-Buttons und des bloßen Setzens eines Hyperlinks.

Ausgangspunkt ist, dass die Betreiber sozialer Netzwerke ihren Nutzerinnen und Nutzern bestimmte Kommunikations- und Weiterverbreitungsfunktionen – etwa „Teilen“, „Repost“, „Zur Story hinzufügen“ oder „Remix“ – ausdrücklich zur Verfügung stellen. Damit diese Funktionen technisch überhaupt bereitgestellt werden können, räumen Nutzer den Plattformbetreibern nach den jeweiligen Nutzungsbedingungen regelmäßig umfangreiche Nutzungsrechte an den von ihnen eingestellten Inhalten ein. Diese Plattformlizenzen berechtigen zunächst den Plattformbetreiber, die Inhalte innerhalb der angebotenen Dienste zu speichern, öffentlich wiederzugeben, technisch zu vervielfältigen und im Rahmen der vorgesehenen Funktionen



verfügbar zu machen (vgl. hierzu etwa die Nutzungsbedingungen von Meta und LinkedIn).

Hieraus folgt jedoch nicht ohne Weiteres, dass jede plattforminterne Nutzung durch andere Nutzer bereits urheberrechtlich gerechtfertigt wäre. Die Plattformbedingungen regeln in erster Linie das Vertragsverhältnis zwischen dem hochladenden Nutzer und dem Plattformbetreiber. Sie ersetzen weder die urheberrechtliche Rechtekette noch können sie weitergehende Nutzungsrechte vermitteln, als dem hochladenden Nutzer selbst zustehen. Hat dieser den Beitrag ohne die erforderlichen Nutzungsrechte eingestellt, vermag auch die Plattformlizenz die ursprüngliche Rechtsverletzung nicht zu heilen.

Gleichwohl spricht bei der urheberrechtlichen Bewertung plattforminterner Share-Funktionen vieles dafür, die Plattformbedingungen zu berücksichtigen, wenn diese regeln, dass die Weiterverbreitung über die vorgesehenen Funktionen Teil des von der Plattform eröffneten Kommunikationsmodells ist.

Es spricht also viel dafür, dass die Nutzung einer plattformintern vorgesehenen Share-Funktion jedenfalls dann zulässig ist, wenn

- der ursprüngliche Beitrag mit Zustimmung des Rechteinhabers veröffentlicht wurde,
- die konkrete Weiterverbreitung von den Einstellungen des ursprünglichen Nutzers umfasst ist und
- der Beitrag ausschließlich über die von der Plattform vorgesehene Funktion weitergegeben wird.

Wird ein Beitrag also ausschließlich über eine von der Plattform vorgesehene Funktion innerhalb derselben Plattform weitergegeben, ohne dass der Nutzer den Inhalt herunterlädt, bearbeitet oder erneut hochlädt, spricht dies dafür, dass die Plattformbedingungen bei der urheberrechtlichen Bewertung zu berücksichtigen sind. Eine höchstrichterliche Entscheidung, die die urheberrechtliche Zulässigkeit sämtlicher plattforminterner Share-Funktionen abschließend klärt, liegt bislang allerdings nicht vor.

Hiervon zu unterscheiden ist die Weitergabe eines Beitrags aus der Plattform heraus an externe Dienste. Wird hierbei lediglich ein Hyperlink auf einen öffentlich zugänglichen Beitrag versandt – etwa über E-Mail oder einen Messenger –, gelten grundsätzlich die zum Verlinken entwickelten Maßstäbe der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union. Ist der Beitrag bereits öffentlich zugänglich, wird durch die bloße Weitergabe des Links



regelmäßig kein neues Publikum erschlossen. Anders kann die Rechtslage zu beurteilen sein, wenn Zugangsbeschränkungen umgangen oder Inhalte außerhalb der vorgesehenen Plattformfunktionen eigenständig weiterverbreitet werden. Das ist z.B. der Fall, wenn Beiträge über das Teilen außerhalb der Plattform von einem Publikum wahrgenommen werden können, das keinen Account auf der entsprechenden Plattform hat und so den Beitrag ursprünglich nicht gesehen hätte (das ist der Fall bei Instagram oder auch bei TikTok).

4. Empfehlung

Plattforminterne Funktionen wie „Teilen“, „Repost“ oder „Zur Story hinzufügen“ sollten grundsätzlich ausschließlich in der von der jeweiligen Plattform vorgesehenen Weise genutzt werden. Beiträge sollten insbesondere nicht heruntergeladen, bearbeitet oder außerhalb der vorgesehenen Funktionen erneut hochgeladen werden.

Vor der Weiterverbreitung sollte zudem geprüft werden, ob der ursprüngliche Beitrag öffentlich zugänglich ist und ob Anhaltspunkte dafür bestehen, dass die Veröffentlichung des verwendeten Bildmaterials rechtmäßig erfolgt ist. Wird ein Beitrag lediglich über die vorgesehene Plattformfunktion weitergegeben, ist die urheberrechtliche Bewertung regelmäßig günstiger als bei einem eigenständigen Neu-Upload des enthaltenen Bildmaterials.

5. Exkurs: Collab-Posts und gemeinsame Beiträge

a. Collab-Posts

Einige Plattformen – insbesondere Instagram – ermöglichen die Veröffentlichung gemeinsamer Beiträge („Collab-Posts“). Der Beitrag erscheint anschließend auf den Profilen mehrerer Accounts.

Urheberrechtlich handelt es sich hierbei nicht um eine eigenständige Nutzungshandlung. Maßgeblich bleiben vielmehr dieselben Grundsätze wie für andere plattforminterne Weiterverbreitungsfunktionen. Entscheidend ist insbesondere, ob der ursprüngliche Einsteller über diejenigen Nutzungsrechte verfügt, die die Veröffentlichung des Beitrags sowie dessen bestimmungsgemäße Nutzung innerhalb der Plattform umfassen.

Beispiel: Ein Veranstalter veröffentlicht gemeinsam mit einem Verein einen Collab-Post. Das verwendete Foto stammt von einer Fotografin. Der Veranstalter muss sicherstellen, dass die eingeräumten Nutzungsrechte auch diese Form der Veröffentlichung innerhalb der Plattform erfassen. Der Umstand, dass der Beitrag zusätzlich auf dem Profil des Vereins erscheint, ersetzt fehlende Nutzungsrechte nicht.

b. Beiträge anderer Organisationen teilen



Häufig teilen Vereine Beiträge von Veranstaltern, Künstlerinnen und Künstlern oder Kooperationspartnern über die von der jeweiligen Plattform vorgesehenen Funktionen.

Erfolgt die Weiterverbreitung ausschließlich innerhalb dieser technischen Funktionen, gelten grundsätzlich dieselben Maßstäbe wie für andere plattforminterne Share-Funktionen. Anders kann die Rechtslage zu beurteilen sein, wenn Bilder oder Videos aus dem ursprünglichen Beitrag heruntergeladen, bearbeitet oder eigenständig erneut veröffentlicht werden.

c. Eigene Beiträge werden weitergeteilt

Umgekehrt können auch Beiträge eines Vereins von Dritten über die von der Plattform vorgesehenen Funktionen weiterverbreitet werden.

Wer eigene Fotos oder Grafiken veröffentlicht, sollte deshalb bereits bei deren Erstellung bzw. Lizenzierung darauf achten, dass die eingeräumten Nutzungsrechte auch die übliche Weiterverbreitung innerhalb sozialer Netzwerke abdecken. Dies gilt insbesondere dann, wenn Bilder von Fotografen, Bildagenturen oder Veranstaltern lizenziert werden.

d. Urheberbenennung

Bei der automatisierten Weiterverbreitung von Beiträgen werden Bildnachweise oder Urheberbenennungen nicht immer vollständig übernommen. Dies kann insbesondere dann problematisch sein, wenn die Benennung des Urhebers nach § 13 UrhG geschuldet ist.

Wer Inhalte veröffentlicht, sollte deshalb prüfen, ob erforderliche Urheberbenennungen auch bei einer plattformtypischen Weiterverbreitung erhalten bleiben oder auf andere Weise sichergestellt werden können.

IV. Eigenständiges Hochladen fremder Inhalte

1. Technische Beschreibung

Anders als beim Verlinken oder bei der Nutzung von Share-Funktionen lädt der Nutzer bei dieser Fallgestaltung den fremden Inhalt selbst erneut auf eine Plattform oder eine Internetseite hoch. Häufig geschieht dies, nachdem das Bild zuvor heruntergeladen, gespeichert oder als Screenshot erstellt wurde.

Der ursprüngliche Beitrag wird hierbei nicht lediglich referenziert oder innerhalb der technischen Funktionen einer Plattform weiterverbreitet. Vielmehr entsteht ein neuer Upload, der unabhängig vom ursprünglichen Speicherort veröffentlicht wird.

2. Beispiele



Ein Verein lädt ein Pressefoto aus einem Onlineartikel herunter und veröffentlicht es in einem eigenen Facebook-Post.

Ein Verein fertigt einen Screenshot eines Instagram-Beitrags an und veröffentlicht diesen auf seiner Website.

Ein Verein übernimmt ein Foto aus einem Pressebericht in einen eigenen Veranstaltungsflyer oder in eine PDF-Datei, die auf der Vereinswebsite zum Download angeboten wird (dazu noch Exkurs hier unter Punkt IV 4).

Ein Verein kopiert das Titelbild eines Veranstaltungsbeitrags und verwendet es in einem eigenen Social-Media-Beitrag.

3. Rechtslage

Diese Fallgestaltung ist urheberrechtlich deutlich anders zu beurteilen als das Verlinken oder die Nutzung der von Plattformen vorgesehenen Share-Funktionen.

Durch das Herunterladen und erneute Hochladen eines Fotos werden regelmäßig das Vervielfältigungsrecht (§ 16 UrhG) sowie das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung (§ 19a UrhG) berührt. Beide Verwertungsrechte stehen grundsätzlich ausschließlich dem Urheber oder dem jeweiligen Rechteinhaber zu (§§ 15 ff. UrhG).

Der Umstand, dass ein Foto frei im Internet abrufbar oder in sozialen Netzwerken veröffentlicht wurde, berechtigt Dritte grundsätzlich nicht dazu, das Bild selbst erneut zu veröffentlichen. Erforderlich ist vielmehr eine entsprechende Nutzungserlaubnis des Rechteinhabers oder das Eingreifen einer gesetzlichen Schrankenregelung des Urheberrechts.

Dies gilt insbesondere für Pressefotos. Bildagenturen räumen ihren Vertragspartnern häufig nur eng begrenzte Nutzungsrechte ein. Diese erfassen regelmäßig die vereinbarte Veröffentlichung, nicht jedoch eine eigenständige Weiterverwendung durch Dritte.

Anders als bei plattforminternen Share-Funktionen oder externen Share-Buttons kann sich der Nutzer hier regelmäßig auch nicht darauf berufen, lediglich eine von der Plattform oder dem Webseitenbetreiber vorgesehene technische Funktion genutzt zu haben. Vielmehr nimmt er die urheberrechtlich relevanten Nutzungshandlungen selbst vor.

4. Exkurs: Fotos in PDF-Dokumenten auf Webseiten

Eine in der Praxis besonders relevante und häufige Abmahnquelle ist die Einbindung von Pressefotos in PDF-Dokumente, die auf Webseiten zum



Download bereitgestellt werden. Diese Fallgestaltung ist urheberrechtlich eigenständig zu beurteilen und verdient besondere Aufmerksamkeit.

Bei dieser Fallgestaltung werden Fotos in PDF-Dokumente eingebunden, die anschließend auf einer Webseite (z.B. im Downloadbereich, als Pressemitteilung, als Flyer oder als Programmheft) zum Download bereitgestellt werden. Die PDF-Datei wird auf dem Server der Webseite gespeichert und kann von Besuchern der Webseite heruntergeladen werden. Typische Beispiele sind:

- Pressemitteilungen als PDF mit eingebundenen Pressefotos
- Veranstaltungsflyer als PDF mit Fotos von Künstlerinnen und Künstlern
- Programmhefte als PDF mit Fotos von Veranstaltungen
- Jahresberichte als PDF mit Fotografien

Rechtslage: Die Einbindung von Fotos in PDF-Dokumente auf Webseiten stellt grundsätzlich eine öffentliche Zugänglichmachung i.S.v. § 19a UrhG dar. Das "Ins-Netz-Stellen" von Fotos in Internetangebote, die für jedermann aufrufbar sind, ist eine öffentliche Zugänglichmachung, auch wenn die Fotos nur ausschnittsweise oder verkleinert dargestellt werden. Für die Benutzung von Abbildungen in Online-Medien sind sowohl das Vervielfältigungsrecht für die Einspeicherung in den Server der Website gemäß § 16 UrhG als auch das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung gemäß § 19a UrhG erforderlich. Hat man diese Rechte am Foto im PDF nicht, dürfte der Upload rechtswidrig sein.

Während z.B. bei Nutzung von Share-Buttons innerhalb einer Social Media-Plattform teilweise (konkludente) Einwilligungen in Betracht kommen können, ist dies bei PDF-Dokumenten auf Webseiten regelmäßig nicht der Fall.

5. Empfehlung

Fremde Fotos sollten grundsätzlich nicht heruntergeladen, gespeichert oder erneut hochgeladen werden, sofern hierfür keine ausdrücklichen Nutzungsrechte bestehen.

Dies gilt unabhängig davon, ob das Bild aus einem Presseartikel, einem Social-Media-Beitrag oder einer Internetseite stammt.



Besondere Vorsicht ist bei Screenshots geboten. Auch sie enthalten regelmäßig urheberrechtlich geschützte Inhalte und sind rechtlich grundsätzlich wie ein eigenständiger Neu-Upload zu behandeln.

Anstelle der Einbindung von Fotos in PDFs können

- Nutzung lizenzfreier Bilder (eigene Fotos, Creative-Commons-Bilder)
- Verzicht auf die Einbindung von Bildern in PDFs und stattdessen Verlinkung auf die Originalquelle
- Nutzung von Text-only-PDFs ohne Bilder

in Betracht gezogen werden.

V. Fazit

1. Regelmäßig unproblematischer

- eigenes Bildmaterial,
- nachweisbar lizenziertes Bildmaterial,
- reine Verlinkung auf rechtmäßig und frei zugängliche Inhalte.

2. Besondere Aufmerksamkeit erforderlich

- plattforminterne Share- und Repost-Funktionen,
- externe Share-Buttons,
- automatisch erzeugte Linkvorschauen und Vorschaubilder,
- Collab-Posts.

3. Regelmäßig nur mit Nutzungsrechten zulässig

- Download und Neu-Upload fremder Fotos,
- Screenshots,
- Übernahme fremder Bilder in eigene Posts,
- Verwendung in PDFs, Newslettern, Flyern, Pressemitteilungen, Unterseiten oder Downloadbereichen.



Dieses Infoschrift ist Bestandteil des FREO-Projekts PERSPEKTIVEN – Professionalisierung, Nachhaltigkeitsstrategien und Resilienz für die freie Musikszene, gefördert durch den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien.



Der Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien

