

## Kapitel 1

# Warum es wichtig ist, auf Social Media rechtssicher zu sein

**S**ocial Media bietet viele Chancen – sei es für Unternehmen, Selbstständige oder Content Creator. Doch mit der Reichweite kommen auch rechtliche Fallstricke. Nicht alles, was man online nutzen kann, darf man auch rechtlich einwandfrei verwenden.

Eine weitverbreitete juristische Definition lautet:



Social-Media-Recht bedeutet Regelungen zur Nutzung und Nutzbarkeit medial übertragbarer Inhalte.

Die Begriffe *Nutzung* und *Nutzbarkeit* klingen ähnlich, haben aber unterschiedliche Bedeutungen, besonders wenn es um digitale Inhalte wie Bilder, Musik oder Texte geht.

Aber Vorsicht! Nur weil etwas nutzbar erscheint, heißt das nicht, dass es auch genutzt werden darf!

### ✓ **Nutzung von Inhalten**

Die Nutzung bezieht sich darauf, ob und wie jemand einen Inhalt tatsächlich verwendet. Das bedeutet insbesondere:

- Ein Bild in einem Social-Media-Post einfügen.
- Ein Musikstück in einem Video als Hintergrundmusik einsetzen.
- Einen Text auf einer Webseite veröffentlichen.

Damit jemand Inhalte rechtssicher nutzen darf, braucht er oft eine *Erlaubnis* beziehungsweise *Lizenz* vom Urheber oder Rechteinhaber. Ohne diese Erlaubnis ist die Nutzung nicht rechtssicher.



Rechtssicher bedeutet »dem Recht entsprechend, erlaubt«.

### ✓ Nutzbarkeit von Inhalten

Die Nutzbarkeit beschreibt, ob ein Inhalt technisch oder rechtlich überhaupt verwendbar ist. Das bedeutet:

- *technische Nutzbarkeit*: Ist die Datei in einem passenden Format oder muss sie erst konvertiert werden?
- *rechtliche Nutzbarkeit*: Darf der Inhalt laut Lizenz für private oder sogar für geschäftliche Zwecke genutzt werden? Falls ja, in welcher Form und wie weit reicht diese Erlaubnis?
- *gegen Entgelt nutzbar*: Müssen Sie eine Lizenzgebühr direkt an den Urheber zahlen, um die Inhalte für Ihre Zwecke verwenden zu dürfen?



Ein an Sie lizenziertes Musikstück ist nutzbar, weil es rechtlich erlaubt ist. Wenn Sie das Stück dann tatsächlich in einem Werbevideo verwenden, ist das die Nutzung.

Grund genug, gleich hier im ersten Kapitel ein paar Pflöcke einzuschlagen und die Grenzen abzustecken.

## Sie können von Abmahnungen betroffen sein

Egal, ob Sie selbstständig sind, ein Unternehmen führen, als Blogger oder Influencer aktiv sind oder in einer Agentur arbeiten – rechtliches Grundwissen im Bereich Social Media ist für alle wichtig, denn Fehler können teuer werden.

Wer kann betroffen sein?

- ✓ **Grundsätzlich jeder, der auf Social Media aktiv ist** – und sogar Nutzer, die nicht mehr aktiv posten (denn das Internet vergisst nichts).
- ✓ **Selbstständige und Unternehmen**, weil mit steigender Follower-Zahl auch Ihr Marktwert wächst. Dabei geht es nicht nur um Meinungsbildung und Information, sondern auch um das Bewerben von Produkten und Dienstleistungen.
- ✓ **Influencer**, denn für Sie kann Social Media zur Einnahmequelle werden. Um rechtliche Fallstricke zu vermeiden, ist es wichtig, von Anfang an die grundsätzlichen Regeln zu kennen.

## Abmahnwellen – was war passiert?

Wenn Sie als Privatperson in sozialen Medien posten, ist oft nicht sofort erkennbar, ob Sie das für sich selbst tun oder ob eine Marke oder ein Unternehmen im Hintergrund steht. Genau deshalb gibt es das *Prinzip der Transparenz und Trennung* (im nächsten Kapitel

*Kennzeichnungspflicht auf Social Media* entdecken Sie eine überraschende Erkenntnis, die alles verändert).

Warum ist das bei Ihren nutzergenerierten Inhalten überhaupt wichtig?

✓ **Noch das echte Leben oder schon Werbung?**

Alltagsbeiträge kommen gut an und bekommen viel Aufmerksamkeit, zum Beispiel wenn Sie begeistert über Ihre neuen Schuhe oder Ihr Lieblings-Make-up posten. Doch was, wenn Sie das Produkt nicht einfach aus persönlicher Begeisterung teilen, sondern weil Sie eine Kooperation mit einer Marke oder einem Unternehmen haben? (Ein entscheidendes Detail fehlt noch – lesen Sie in Kapitel 7: *Musik in sozialen Medien*.)

✓ **Klare Kennzeichnung statt versteckter Werbung**

Ihre Follower haben ein Recht darauf, zu wissen, ob Sie aus eigenem Antrieb über ein Produkt sprechen oder ob ein Unternehmen dahintersteht, denn eine ehrliche Empfehlung wird anders wahrgenommen als eine bezahlte Partnerschaft. Genau deshalb gibt es das *Verbot der Schleichwerbung*.

## Transparenzpflicht auf Social Media – auch kleine Accounts müssen Werbung kennzeichnen

Egal, ob Sie ein großer Influencer oder ein kleiner Account mit nur wenigen Followern sind – auf Social Media gelten für alle die gleichen Regeln zur Transparenz.

Was bedeutet das?

✓ **Transparenzpflicht für alle Nutzer**

Jeder, der auf Social Media postet, muss offenlegen, wenn hinter einem Beitrag ein kommerzielles Interesse steckt. Das gilt auch, wenn es sich nur um kleine Werbekooperationen handelt.



Nehmen wir die bekannte Influencerin @cathyhummels auf Instagram. Auf einem ihrer Bilder, das sie zusammen mit ihrem Sohn und einem blauen Plüsch-elefanten zeigt, wurde das Stofftier und die Marke durch Tap Tag, also einen anklickbaren Link auf den Stofftierhersteller, markiert. Auch wenn viele Nutzer solche Bilder einfach nur als persönlichen Beitrag sehen, müssen Sie als Poster klar machen, ob und in welchem Maße dahinter Werbung steht.

✓ **Klare Kennzeichnung der Postings**

Selbst wenn Sie kein direktes Honorar für das abgebildete Produkt erhalten, kann bereits ein anklickbarer *Tap Tag* als Werbung zählen (im Nächsten entdecken Sie eine überraschende Erkenntnis, die alles verändert).

✓ **Vermeidung von Problemen**

Machen Sie nicht deutlich, dass hinter Ihren Postings ein kommerzielles Interesse steht, dann ziehen Sie schnell die Aufmerksamkeit von Abmahnvereinen,

Verbraucherschützern und Ihren Konkurrenten auf sich – und werden kostenpflichtig wegen Schleichwerbung abgemahnt (Was steckt wirklich dahinter? Lesen Sie in Kapitel 13 *Rechtsverstoß und Konsequenzen*).



Egal, wie groß oder klein Ihr Account ist – wenn Sie auf Social Media aktiv sind, müssen Sie immer transparent machen, ob hinter Ihren Beiträgen ein kommerzielles Interesse steckt. Das schützt Sie vor rechtlichen Problemen und sorgt dafür, dass Ihre Follower immer genau wissen, ob sie eine persönliche Empfehlung oder Werbung sehen.

## Musik in Social Media – was Sie über Rechte und Lizenzen wissen müssen

Auf Social Media geht es nicht nur um Transparenz, sondern auch um die *Nutzung geistigen Eigentums* anderer. Besonders Musik sorgt immer wieder für rechtliche Konflikte und Abmahnungen (was steckt wirklich dahinter? Lesen Sie im Kapitel 7 *Musik in sozialen Medien*, warum das so entscheidend ist).

### Warum die Musikknutzung in Social Media ein Problem ist

Die Nachfrage nach lizenzfreier Musik ist riesig – von Coverbands über Influencer bis hin zu Kreativen. Gleichzeitig haben *Musiker, Songwriter und Komponisten* ein berechtigtes Interesse daran, ihr Eigentum zu schützen und für die Nutzung ihrer Werke vergütet zu werden.

Dafür haben Social-Media-Plattformen wie TikTok, Instagram und Facebook unter anderem Lizenzverträge mit der *GEMA* und ihrer europäischen Tochtergesellschaft *ICE* abgeschlossen. Das bedeutet: Musik aus den Playlists der Apps ist lizenziert, und die Urheber erhalten dafür eine Vergütung.

### Warum es trotzdem zu Abmahnungen kommt

Viele Nutzer sind überrascht, wenn sie trotz der Nutzung der lizenzierten Musik aus der App eine Abmahnung erhalten. Ein bekanntes Beispiel ist die »Jerusalema«-Challenge:

Krankenschwestern, Polizisten oder Feuerwehrleute tanzten zu dem Song »Jerusalema« auf TikTok. Das Video wurde öffentlich geteilt. Warner Music, die Plattenfirma hinter dem Song, mahnte einige dieser Nutzer ab, weil sie *keine eigene Lizenz* für die Nutzung besaßen.

Was bedeutet das für Sie?

- ✓ Musik ist nicht frei nutzbar – auch wenn sie in Social Media kostenlos verfügbar ist.
- ✓ Nicht alle Ihre Inhalte sind durch die Musikkizenzen der Plattformen abgedeckt.
- ✓ Wenn Sie beruflich Inhalte mit Musik nutzen (zum Beispiel für Werbung oder eine Berufsgruppe), brauchen Sie oft eine eigene Lizenz des Rechteinhabers.



Nutzen Sie Musik in Social Media nicht einfach bedenkenlos – selbst wenn sie in der App verfügbar ist. Prüfen Sie, ob Sie für Ihren konkreten Zweck eine eigene Lizenz benötigen, um teure Abmahnungen zu vermeiden.

## Ihre Social-Media-Aktivitäten können unfair sein

Social Media ist längst nicht mehr nur ein Ort, an dem es um Follower und Klicks geht – es ist auch ein wichtiges Shopping-Center. Die über den Plattformen bereitgestellten Tools zur Ermittlung Ihrer *Conversion-Rate* hilft Ihnen bei Ihren »Sales«, weil Sie dadurch genau wissen, wie viele Menschen, die Ihre Angebote sehen, tatsächlich auch einen Kauf tätigen (Vielleicht fragen Sie sich gerade: »Und was bedeutet das für mich?« Die Antwort gibt's in den nächsten Kapiteln dieses Buches.).

## Warum Social Media für Shopping ideal ist

Im Gegensatz zu klassischen Online-Shops werden Shopping-Angebote auf Plattformen wie TikTok, Instagram und YouTube oft direkt von Menschen für Menschen präsentiert. Zunächst teilen Sie wichtige Informationen über sich, geben Empfehlungen und nutzen Ihren Sympathiebonus, um Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung vorzustellen. Der Kauf erfolgt dabei nahtlos, ohne Unterbrechungen und direkt über das Smartphone. Dadurch wird das Einkaufserlebnis – die *User Experience* –, immer persönlicher und findet nicht mehr nur auf Ihrer eigenen Shop-Webseite statt, sondern hauptsächlich über Social-Media-Kanäle.



Doch Vorsicht: Wenn Sie für Ihren Profit auf unlautere Werbemethoden setzen, kann das rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.

## Was Sie beim Verkauf auf Social Media beachten müssen

Als Unternehmen oder als Betreiber eines Online-Shops müssen Sie auf Social Media alle gesetzlichen Vorgaben einhalten – egal, ob Sie über Ihre eigene Shop-Webseite oder direkt über soziale Medien verkaufen.

Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn & Co. lebt von Bildern, Videos, Musik und Empfehlungen. Doch Social Media ist kein rechtsfreier Raum. Es gibt viele rechtliche Fallstricke:

- ✓ das Urheberrecht, wenn Sie Inhalte posten,
- ✓ den Datenschutz, wenn Sie Newsletter versenden, oder
- ✓ die Kennzeichnungspflicht, wenn Sie Produkte bewerben.

Diese und weitere Regeln sollten Sie kennen, um rechtssicher unterwegs zu sein. Wie Sie Abmahnungen vermeiden, welche Pflichten Sie haben und was Sie tun können, wenn Ihre eigenen Rechte verletzt werden – all das erfahren Sie in diesem Buch.

### ✓ **Impressum**

Haben Sie in Ihrem Impressum alle wichtigen Angaben für Ihre Produkte und Dienstleistungen aufgeführt? Schon kleine Fehler können zu einer Abmahnung führen, deshalb sollten keine wichtigen Infos fehlen. Bestimmte Berufsgruppen müssen zusätzliche Angaben machen. Wenn Sie eine zulassungspflichtige Leistung anbieten, zum Beispiel als Immobilienmakler, müssen Sie beispielsweise die zuständige Aufsichtsbehörde nennen. Immobilienmakler und einige andere Dienstleister müssen außerdem ihre Berufshaftpflichtversicherung angeben. In Kapitel 3 unter *Angaben, die ein Accountinhaber machen muss* erwarten Sie spannende Erkenntnisse und wertvolle Tipps – bleiben Sie dran.

### ✓ **Datenschutz**

Der Schutz personenbezogener Daten Ihrer Kunden gilt auch in Social Media. Sie müssen Ihre Kunden darüber informieren, welche Daten Sie erheben, wie Sie diese nutzen und wie sie geschützt werden – vor allem im Rahmen der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Ist Ihre Datenschutzerklärung fehlerhaft, können Sie abgemahnt werden – zum Beispiel von Konkurrenten oder Verbraucherschutzverbänden. Auch Nutzer könnten rechtliche Schritte gegen Sie einleiten. Was Sie in Kapitel 3 *Angaben, die ein Accountinhaber machen muss* erfahren, könnte Ihre Sicht auf das Thema völlig verändern!

### ✓ **Marken und Logos**

Beim Erstellen eines Benutzernamens ist es verlockend, eine kreative Abwandlung einer bekannten Marke zu wählen – schließlich kann das mehr Aufmerksamkeit und Klicks bringen. Dabei wird oft übersehen, ob dadurch Markenrechte verletzt oder das Logo eines Unternehmens unzulässig genutzt wird. Auf Social Media liest man zum Beispiel oft Benutzernamen wie »@TravelGram«. Aber Achtung, dann wird Ihr Account gesperrt und Sie müssen dafür bezahlen! Stattdessen sollten Sie Benutzernamen wählen, die nicht mit anderen Marken kollidieren. Schon bald werden Sie verstehen, warum das alles so wichtig ist, oder gehen Sie direkt zu Kapitel 4 *Welchen Benutzernamen man wählen soll*.

### ✓ **Fake Follower**

Echte Reichweite können Sie eigentlich nicht kaufen – sie entsteht normalerweise durch hochwertigen Content und authentische Interaktion. Wenn Sie jedoch glauben, mit Fake-Followern schnell an Einfluss und Reichweite zu gewinnen, irren Sie. Tatsächlich kann genau das Gegenteil passieren: Durch die Einschränkung des Accounts können Ihre Zahlen und Ihr Einfluss sogar schwinden. Falsche Follower können Ihrem Ruf schaden. Schlagen Sie das Kapitel 12 *Tricksen, Täuschen, Tappen: Betrug und Manipulation* auf und entdecken Sie, was als Nächstes passiert!

## ✓ AGB

Sie arbeiten im B2B-Bereich, aber haben noch keine eigenen AGB? Das kann ein Nachteil sein. Im Online-Geschäft sind AGB üblich, und Ihr Vertragspartner wird oft eigene Geschäftsbedingungen haben – die natürlich auf seine Interessen zugeschnitten sind. Wenn Sie diesen nicht ausdrücklich widersprechen, werden sie meist automatisch Vertragsbestandteil und könnten für Sie nachteilig sein. Um das zu vermeiden, sollten Sie eigene AGB verwenden, die den Klauseln Ihres Vertragspartners widersprechen. In diesem Fall setzen sich die widersprüchlichen Bedingungen nicht durch. Doch was bedeutet das wirklich? Die Antwort finden Sie in Kapitel 11 *Social Media, Nutzererlebnis und Vertragsabschluss – Wie Klicks rechtlich binden*.

## ✓ Gewinnspiele

Gewinnspiele auf Social Media machen Spaß, aber wie gestalten Sie sie rechtssicher? Sie müssen sich überlegen, welche Informationen in die Teilnahmebedingungen eines Gewinnspiels gehören und wie der Nutzer ihnen zustimmt. Eine einfache Lösung ist, in Ihrem Gewinnspiel-Post zur Teilnahme aufzurufen und einen Link in Ihrer Bio zu den Teilnahmebedingungen und Datenschutzhinweisen bereitzustellen. Aber Achtung: Das bloße Lesen der Bedingungen reicht nicht aus – der Teilnehmer muss ihnen aktiv zustimmen, genauso wie der Verarbeitung seiner Daten. Die Geschichte nimmt eine unerwartete Wendung. Erfahren Sie im Kapitel 10 *Gewinnspiele in Social Media*, wohin sie führt.

## ✓ Nutzungsregeln der Social-Media-Plattformen

Ihr Social-Media-Kanal wächst rasant – Sie bekommen immer mehr Follower, Likes und Kommentare, und Ihre Memes sowie Musik-Reels haben virale Aufrufzahlen. Trotzdem haben Sie das Gefühl, dass jederzeit eine Abmahnung drohen könnte. Bisher haben Sie bei den rechtlichen Vorgaben auf Schlupflöcher gesetzt. Möchten Sie nun endlich dafür sorgen, dass auch Ihre rechtlichen Grundlagen stimmen? Sie sind so nah dran – tauchen Sie in Kapitel 5 *Nutzungsrechte auf Social-Media-Plattformen* noch tiefer in die Geschichte ein.

## ✓ Abmahnung

Bereiten Sie sich frühzeitig auf neue Regeln vor – denn wenn eine Abmahnung kommt, kann auch der beste Anwalt oder die beste Anwältin keine Wunder vollbringen. Wann es Sie trifft, ist nicht vorhersehbar. Aber eines ist sicher: Je länger Sie die rechtlichen Vorgaben nicht einhalten, desto größer wird das Risiko, dass jemand Sie abmahnt. Abmahner machen nicht einfach Halt – und irgendwann könnten auch Sie betroffen sein. Ein rechtssicheres Social-Media-Profil schützt Sie davor. Gleich ein Kapitel lesen oder vielleicht doch zwei? Lesen Sie direkt die neuen Regelungen zur KI in Kapitel 8 *Durch künstliche Intelligenz erzeugte Inhalte – alles nur geklaut?* und finden Sie in Kapitel 13 *Rechtsverstoß und Konsequenzen*, wie Sie richtig auf eine Abmahnung reagieren.

Sie haben in diesem Kapitel einen ersten Eindruck bekommen, warum es wichtig ist, auf Social Media rechtssicher zu sein. Jetzt geht es darum, wie Sie Social-Media-Marketing sicher

und ohne rechtliche Risiken umsetzen. Die Frage ist nicht, *ob* Sie Social Media nutzen sollten, sondern *wie* Sie es rechtssicher tun.

Starten Sie direkt mit einem wichtigen Thema: kennzeichnungspflichtige Werbung. Im nächsten Kapitel erfahren Sie, welche Arten von Werbe-Postings es gibt – und wie Sie von dort den Weg zu einem rechtssicheren Social-Media-Auftritt finden.