

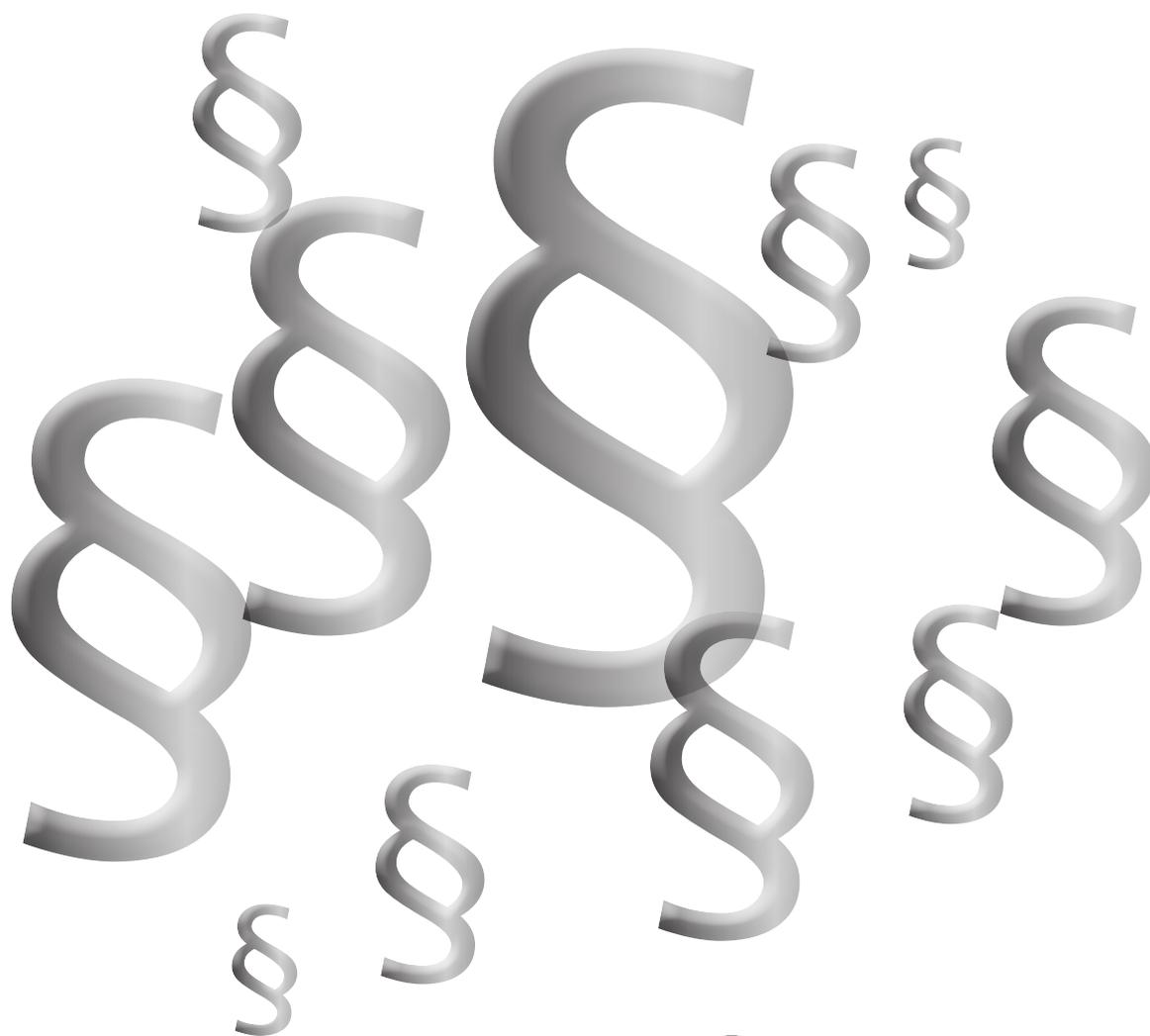
Rechtsfragen

**Urheberrecht – Musik – Text – Bild – Film –
Internet/Social Media – Künstlersozialkasse**

Eine Zusammenfassung über aktuelle Regelungen, Rechte und Pflichten
für die EC-Arbeiten in Deutschland

Stand: Oktober 2012

GEMA-Informationen überarbeitet im September 2016 (DM)



Deutscher Jugendverband
Entschieden für Christus
www.ec-jugend.de

Leuschnerstr. 74 | 34134 Kassel
Tel. 0561 4095-0 | Fax 0561 4095-205
musik@ec-jugend.de

Baustein „musik & mehr“

Inhaltsverzeichnis

Teil A: Urheberrecht im Alltag – gut zu wissen	4
A.1 Urheberrecht: ein Gesetz	4
A.2 Was sind geschützte Werke und wer ist der Urheber?	4
A.3 Was ist eine öffentliche Verbreitung/Wiedergabe?	5
A.4 Verbreitung für den privaten Gebrauch	6
A.5 Quellenangaben	6
A.6 Verwertungsgesellschaften und ihre Zuständigkeiten	6
A.7 Urheberrechtsverletzungen	6
A.8 weitere Informationen	7
Teil B: Musik	7
B.1 Hörbare Verbreitung von Musik: Pauschalverträge mit der GEMA	7
B.1.1 Wer kann die Pauschalverträge nutzen und wann wird eine Vergütung fällig?	7
B.1.2 Veranstaltungen, die durch die Pauschalverträge abgedeckt sind	7
B.1.3 Veranstaltungen, die nicht durch den Pauschalvertrag abgedeckt sind	9
B.1.4 Meldung von Veranstaltungen und Fristen	9
B.2 Verbreitung von Musik in grafischer Form (Texte, Noten): Pauschalverträge mit der VG Musikedition	10
B.2.1 Was erlaubt ist und was nicht	10
B.2.2 Textdatenbank der VG Musikedition	10
B.3 Lesbare Verbreitung von Musik: Angebote von CCLI	11
B.3.1 Liedrechte und SongSelect-Text	12
B.3.2 SongSelect-Noten	12
B.3.3 CVL-Filmlizenz	12
B.4 Wenn kein Verwerter weiterhelfen kann	12
B.5 GEMA-freie Musik	13
Teil C: Texte, Bilder und Filme	13
C.1 Bilder und Personen auf Bildern	13
C.1.1 Wichtig bei Veranstaltungen der Gemeinde	14
C.1.2 Bilder von Online-Bildbörsen	14
C.1.3 Layouts, Screen- und Webdesign	15
C.2 Zitate	15
C.3 Predigten und öffentliche Reden	15
C.4 Zeitungsartikel und Rundfunkkommentare	16
C.5 Pressespiegel	16
C.6 Mitschnitte, Wiedergabe und Herstellung von Filmen	16
C.6.1 MPLC Filmlizenzierung GmbH	16
C.6.2 CCLI Lizenzagentur - CVL Filmlizenz	16
C.6.3 Herstellen von Filmen	17
C.7 Texte und Bilder im Internet	17
C.8 Bibeltexte	17
Teil D: Internet und Urheberrecht	18
D.1 Geltung der Regelungen aus Kapitel 1 und 2	18
D.2 Impressum und Anfahrt	18
D.3 Linkdistanzierung	18
D.4 Verwendung von Webanalyse-Tools	19
D.5 Datenschutz, E-Mails, Newsletter	19
D.6 Die Möglichkeiten des Web 2.0 und das Urheberrecht	20
D.6.1 Podcast	20
D.6.2 Filme bei YouTube & Co. oder auf der eigenen Website	20
D.6.3 Communities wie MySpace, StudiVZ, WKW, Facebook & Co. und Blogs, Foren, Wikis	21
D.6.4 Tauschbörsen	21
D.6.5 Internetradio	21
D.6.6 freie Inhalte	21
D.7 Open-Source-Software für Websites	21

D.8 Rechtliche Grundregeln für Facebook-Seiten und -Gruppen	21
D.8.1 Registrierung - Persönliches Profil oder Unternehmensseite	22
D.8.2 Impressum	23
D.8.3 Nutzung von Grafiken, Bildern und Fotos, von fremden Texten, Videos und Musik	24
D.8.4 Gewinnspiele und Wettbewerbe	24
D.8.5 Nutzung der Marke Facebook, der Markenlogo und Screenshots	25
D.8.6 Einsatz von Social-Media-Plugins	26
D.8.7 Haftung für Beiträge auf Seiten	27
Teil E: Kopien für den privaten Gebrauch von Musik, Filmen, Büchern und Software, Tauschbörsen	28
E.1 Kopien zu privaten Zwecken	28
E.1.1 Kopierschutz	29
E.2 Tauschbörsen	29
E.3 Kopien von Software zu privaten Zwecken	29
E.4 Verkauf bei eBay & Co	29
E.5 Sonstige Privatkopien	30
Teil F: Freie Lizenzen: Creative Commons und GNU General Public Licence	30
Teil G: Künstlersozialkasse	30
G.1 Was ist die Künstlersozialkasse (KSK)?	30
G.2 Wann betrifft mich die Künstlersozialkasse?	30
G.3 Für wen bzw. welche Leistungen sind Beiträge an die Künstlersozialkasse zu zahlen?	31
G.4 Wie zahle ich Beiträge an die Künstlersozialkasse?	31
Teil H: Adressen / Literatur- und Linkempfehlungen	32
H.1 Adressen	32
GEMA - Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte	32
GEMA-Meldestelle der EKD	32
Verwertungsgesellschaft Musik	32
Verwertungsgesellschaft Wort	32
Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst	32
GVL - Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH	32
CMMV - Clearingstelle Multimedia für Verwertungsgesellschaften von Urheber- und Leistungsschutzrechten GmbH	32
CCLI Lizenzagentur (Christian Copyright Licencing Deutschland GmbH)	32
MPLC Filmlizenzierung GmbH	32
Künstlersozialkasse	32
Deutscher EC-Verband	32
Musik-Pool des EC von MASTERTRACKS	32
Die Landeskirchen der EKD	32
H.2 Websites und Literatur zum Nachschlagen und Informieren	33
H.2.1 Websites A-Z	33
H.2.2 Bücher	33

Begrifflichkeiten: „Wiedergabe“, „Vervielfältigung“, „Veröffentlichung“, „Verbreitung“ meint in den folgenden Erklärungen jeweils dasselbe, nämlich eine Verwendung und Weitergabe von Werken jeglicher Form. Je nach Werk und Zweck wird dieser Vorgang unterschiedlich benannt, inhaltlich gibt es aber keine Unterschiede.

Zusammengestellt von
BORN-VERLAG / Deutscher EC-Verband, Claudia Siebert, claudia.siebert@bornverlag.de

Stand: Oktober 2012

BORN-VERLAG, Deutscher EC-Verband und Autorin übernehmen keine Gewähr auf Vollständigkeit und Rechtsverbindlichkeit der Ausführungen. Gültigkeit und rechtskräftige Verbindlichkeit haben nur die jeweils aktuellen Fassungen der Gesetze sowie die jeweils gültigen Verträge mit den Verwertungsgesellschaften.

Teil A: Urheberrecht im Alltag – gut zu wissen

Wir verfügen heute über **vielfältiges Wissen** und fast ebenso **vielfältige Medien**, über die dieses Wissen verbreitet werden kann. Ziel unserer Gesellschaft sollte sein, dieses verfügbare Wissen möglichst allen Menschen zugänglich zu machen.

Dies kann und darf trotz der zahlreichen und häufig kostengünstigen Verbreitungsmöglichkeiten aber **nicht zu Lasten der Urheber** gehen. Deshalb gibt es das Urheberrecht, das die Verbreitung von Wissen schützt und in geregelten Bahnen hält. Jedes Werk ist grundsätzlich geschützt – doch sind diesem Schutz auch Grenzen gesetzt: z.B. zeitlich oder durch Ausnahmen, die eine genehmigungsfreie Verbreitung ermöglichen – was aber nicht immer mit kostenfreier Verbreitung gleichzusetzen ist!

Diese wenigen Aspekte machen schon deutlich, dass es **viele Chancen** gibt, Wissen für alle nutzbar zu machen, aber auch **viele Hürden** und dass es immer wieder eine Neuinterpretation der Rechte und Pflichten gibt, z.B. durch die Weiterentwicklung der verfügbaren Medien. Das ist das Schwierige am Urheberrecht.

Wichtig ist, dass wir uns **grundsätzlich mit diesem Thema auseinandersetzen**, denn Arbeit mit Kindern und Jugendlichen wird immer wieder – ob durch Veranstaltungen oder Drucksachen, durch Liedersingen oder die eigene Website – mit dem Urheberrecht zusammentreffen. Dann ist es wichtig, einen **Überblick über die Rechte und Pflichten** zu haben und zu wissen, an wen man sich für Detailfragen wenden kann. Wir werden immer wieder an Grenzen stoßen, alle urheberrechtlichen Fragen bis ins Detail selbst zu klären – dazu gibt es Fachleute. Das sollte uns nur nicht davon abhalten, die grundlegenden Regeln für die Verbreitung von Musik, Noten, Texten und Bildern selbst zu kennen. Allem Aufwand zum Trotz muss es unser Ziel sein, die Kinder und Jugendlichen unserer Gruppen und die Gäste unserer Veranstaltungen **mit legal erworbenem und wiedergegebenem Wissen zu versorgen**.

An dieser Stelle sei noch einmal ausdrücklich darauf hingewiesen, dass in diesem Baustein nur Grundzüge erklärt werden und eine rechtliche Beratung im Einzelfall dadurch nicht entbehrlich wird. Eine Gewähr auf Vollständigkeit und Rechtsverbindlichkeit der Ausführungen kann nicht übernommen werden. Gültigkeit und rechtskräftige Verbindlichkeit haben nur die jeweils aktuellen Fassungen der Gesetze sowie die jeweils gültigen Verträge mit den Verwertungsgesellschaften.

A.1 Urheberrecht: ein Gesetz

Das Urheberrechtsgesetz ist die gesetzliche Grundlage für alle Bereiche des Urheberrechts. Durch dieses Gesetz

wird geistiges Eigentum – ob Musik, Texte und Bilder, Software usw. – vor ungewollter Verbreitung und Veränderung (Bearbeitung) geschützt.

Den Text des Urheberrechtsgesetzes (UrhG) findest du unter www.bundesrecht.juris.de/bundesrecht/urhg. Rechtsänderungen findest du im Internet unter www.urheberrecht.org.

A.2 Was sind geschützte Werke und wer ist der Urheber?

- Sprachwerke wie Gedichte, Reden, Reportagen, wissenschaftliche Beiträge, Geschichten ...
- Werke der Musik
- Werke der bildenden Künste (inkl. Baukunst, angewandte Kunst und Entwürfe solcher Kunst)
- Filmwerke
- Lichtbildwerke
- Computerprogramme
- Werke der Pantomime und des Tanzes
- Darstellung wissenschaftlicher oder technischer Art (Zeichnungen, Pläne, Skizzen, Tabellen, Karten, plastische Darstellungen)

Dazu zählen auch **Bearbeitungen** von Werken – diese gelten wieder als eigenständig geschützte Werke (sofern die Bearbeitung zulässig ist). Werke in diesem Sinne sind nur persönliche geistige Schöpfungen. Auch kann z.B. ein Foto von einem Gemälde ein neues Werk sein.

Wichtig zu wissen ist, dass ein Werk **weder aufgeschrieben oder aufgezeichnet noch veröffentlicht** sein muss, um geschützt zu sein. Auch muss der Hintergrund eines Werkes nicht vollkommen neuartig sein – es zählt, dass er sich durch individuelle Merkmale von anderen abhebt.

Grundsätzlich gilt, dass z.B. geschichtliche Tatsachen oder auch **Ideen nicht geschützt** sind. Geschützt ist eine bestimmte Form dieser Inhalte. Diese Form, z.B. eine Textpassage oder ein Musikstück, darf nicht ohne Weiteres verbreitet oder auch nur bearbeitet werden. Eine Idee sinngemäß neu zu verwenden, ist dagegen möglich, wenn dadurch ein tatsächlich neues Werk entsteht. Allerdings gibt es hier fließende Grenzen, denn oft ist es Auslegungssache, wo eine Idee aufhört und eine bestimmte Form anfängt.

Häufig umfasst ein Werk **mehrere Urheber** – z.B. den Texter und den Notenkomponist.

Davon getrennt zu betrachten sind die Rechte an Aufnahme und (CD-)Produktion. Wird z.B. ein Musikstück von Musikern eingespielt, die nicht Texter/Komponist des Stücks sind, so kommen weitere

Urheber (Interpreten) hinzu. Weitere kommen hinzu, wenn das Stück auf einen Tonträger aufgenommen wird (Produzenten). Diese beiden Rechte fallen unter das Leistungsschutzgesetz.

Auch wenn die öffentliche Wiedergabe/Verbreitung eines Werkes zulässig ist, darf es ohne gesonderte Zustimmung **nicht verändert** werden. Allein der Urheber (bzw. ein von ihm beauftragter Rechtsträger, z.B. ein Verlag, eine Plattenfirma, eine Verwertungsgesellschaft) entscheidet darüber, was mit seinem Werk gemacht werden darf. Nur für den privaten Gebrauch gibt es hier Ausnahmen (siehe Kapitel E).

Das **Urheberrecht erlischt 70 Jahre nach dem Tode des Urhebers**. Dabei ist zu beachten, dass auch die Darstellung/Einspielung eines Werkes unter das Urheberrecht fällt und neue Darstellungsformen unabhängig vom Inhalt geschützt sein können. Dadurch kann das Urheberrecht für den Inhalt bereits erloschen sein, für die Darstellung/Einspielung jedoch noch nicht. Ein anderes Beispiel dafür ist das Foto eines alten Gemäldes. Für das Gemälde kann das Urheberrecht bereits erloschen sein, für das Foto davon jedoch nicht. **Leistungsschutzrechte bestehen 50 Jahre ab dem ersten Erscheinen** der Einspielung.

Der Urheber besitzt das **Urheberpersönlichkeitsrecht** und das **Verwertungsrecht**. Das erste sorgt dafür, dass der Urheber das Veröffentlichungsrecht hat, dass er als Urheber benannt wird, das Entscheidungsrecht über Veränderungen hat usw. Das zweite sorgt dafür, dass der Urheber darüber entscheiden kann, in welcher Form und wo bzw. wann das Werk veröffentlicht wird und dass er eine Vergütung dafür erhält.

In welcher **Form eine Verbreitung** stattfindet, ist im Sinne des Urheberrechts unerheblich. Das heißt, eine Verbreitung/Wiedergabe kann durch Kopieren, Abschreiben, Digitalisieren, Onlineversand, Aufführung usw. geschehen. Auch ob eine Verbreitung **entgeltlich oder unentgeltlich** erfolgt, ist für das Urheberrecht grundsätzlich unerheblich.

Sonderregelungen für die Gemeinde- und Jugendarbeit gibt es da keine, auch wenn die Verbreitung (Veröffentlichung, Aufführung.) meist kostenfrei erfolgen. Auch die Sonderregelungen, die für Bildungseinrichtungen häufig gelten, können kaum Anwendung finden. Die Jugendhilfe gilt zwar häufig als Bildungsarbeit, aber die Sonderregelungen betreffen nur Lehrmaterial für Unterricht und Forschung. Nur im Bereich Veranstaltungen gibt es für die GEMA besondere Punkte zum Entgelt zu beachten (siehe Kapitel B.1).

Eine Unterscheidung gibt es allerdings zwischen **öffentlicher und privater Verbreitung** (siehe Kapitel

A.3, A.4 und E), wobei es für die Jugendhilfe vom Gesetzgeber her hier Sonderregelungen gibt gegenüber anderen Verbrauchern und die private Wiedergabe ausdehnt (siehe Kapitel A.3).

Leider gibt es kein Verzeichnis über alle geschützten Werke und ihre Urheber bzw. Rechteinhaber. Die GEMA hat eine Datenbank über die von ihr verwalteten Werke, in der man kostenfrei und ohne Registrierung recherchieren kann. Die VG Musikedition hat eine ähnliche Datenbank, für deren Nutzung man allerdings registriert sein muss.

Auch CCLI hat ein Verzeichnis der verwerteten Werke, in dem aber nicht komfortabel gesucht werden kann, wenn man nicht registriert ist.

A.3 Was ist eine öffentliche Verbreitung/Wiedergabe?

Diese liegt immer dann vor, wenn die Verbreitung/Wiedergabe für **mehrere Personen gleichzeitig** gedacht ist. Eine Ausnahme liegt dann vor, wenn die Personen untereinander eine persönliche Beziehung haben und/oder wenn der **Personenkreis deutlich nach außen abzugrenzen ist**, z.B. eine Konfirmationsgruppe oder ein fester Hauskreis. Schon der Jugendkreis kann nur schwer als abgegrenzter Personenkreis benannt werden, da es ja Ziel des Kreises ist, neue Teilnehmer einzuladen. Daher wird im Zweifelsfall ein Jugendkreis mit einer öffentlichen Wiedergabe gleichgesetzt werden. Auch wenn der Jugendkreis ein Fest veranstaltet, zu dem andere Personen eingeladen sind, oder eine Gemeinde ein Seminar offen ausschreibt, ist dies eine öffentliche Wiedergabe.

Das Urheberrechtsgesetz (§52) sieht einige **Ausnahmen** vor, die dann eine genehmigungs- und vergütungsfreie Wiedergabe erlauben. Dort heißt es: *„Die Vergütungspflicht entfällt für Veranstaltungen der Jugendhilfe, der Sozialhilfe, der Alten- und Wohlfahrtspflege, der Gefangenenbetreuung (...), sofern sie nach ihrer sozialen oder erzieherischen Zweckbestimmung nur einem bestimmt abgegrenzten Kreis von Personen zugänglich sind. Dies gilt nicht, wenn die Veranstaltung dem Erwerbszweck eines Dritten dient; in diesem Fall hat der Dritte die Vergütung zu zahlen.“*

Beachte: Auch wenn die Vervielfältigung eines Werkes grundsätzlich zulässig ist (z.B. für Schulen, Ausbildung, Forschung; wenn die Wiedergabe kostenfrei und ohne Erwerbszweck ist; für Gottesdienste und gottesdienstähnliche Veranstaltungen), so besteht grundsätzlich immer eine Vergütungspflicht

gegenüber dem Urheber. Für diese Vergütungspflicht kann es Ausnahmen geben, die jeweils beschrieben werden.

Die Verbreitung eines Werkes zieht **nicht zwingend hohe Kosten** nach sich. Urheber, Verlage und Verwertungsgesellschaften sehen – abhängig von Anzahl der Verbreitung und deren Zweck – durchaus auch eine kostenfreie Nutzung vor. Eine Möglichkeit dazu ist die Verbreitung innerhalb der im Folgenden beschriebenen Pauschalverträge. Weitere Möglichkeiten ergeben sich auch bei der direkten Anfrage der Urheber und Erläuterung des Vorhabens. Eine feste Regelung gibt es hierzu allerdings nicht – die Höhe einer Vergütung liegt in der Entscheidung des Urheberrechtsverwalters.

A.4 Verbreitung für den privaten Gebrauch

Verbreitung zum privaten Gebrauch ist zulässig, wenn diese keinem Erwerbszweck dient. Dabei ist zu beachten, dass das Original nicht bearbeitet werden darf und nur Teile des Originals verwendet werden dürfen. (Details siehe Kapitel E)

A.5 Quellenangaben

Wenn ein Werk verbreitet wird, muss die **Quelle immer** deutlich angegeben werden. Die Quellenangabe muss immer den Urheber und – sofern vorhanden – den Verlag angeben, in dem das Werk erschienen ist. Bei Zeitschriften u.Ä. muss diese angegeben werden. Üblich ist es außerdem, den Titel des Gesamtwerkes (bei Auszügen aus Büchern u.Ä.) sowie die Ausgabe/Auflage und das Erscheinungsjahr anzugeben.

Beachte: Ein Link auf eine Internetseite reicht als Quellenangabe nicht aus, da Links zu schnell ungültig werden!

Werden Lieder auf Liedzetteln oder in Präsentationen verwendet, müssen immer die vollständigen Rechtsangaben angebracht werden (i.d.R. unterhalb des Werkes bzw. auf der letzten Folie):

- Dt. Titel oder Originaltitel
- Texter/Komponist, Übersetzer
- © Jahr Originalverlag (Verwaltet von Subverlag – sofern vorhanden)

Hinweis: Der häufig verwendete „Copyright-Vermerk“ © hat keine rechtliche Bedeutung. Der Schutz eines Werkes hängt in Deutschland nicht davon ab, ob ein Copyright-Vermerk angebracht wurde oder nicht. Er dient daher nur dazu, Recht und Urheber deutlich sichtbar zu machen.

A.6 Verwertungsgesellschaften und ihre Zuständigkeiten

Verwertungsgesellschaften sind in der Regel eingetragene Vereine, die Nutzungsrechte, Einwilligungrechte oder Vergütungsansprüche, die sich aus dem Urheberrechtsgesetz ergeben, für Urheber oder andere Rechtsinhaber wahrnehmen. Die Adressen der Verwertungsgesellschaften findest du in Kapitel H.

Zur Entlastung der Kirchengemeinden und Kirchenmusiker hat die EKD mit einigen Verwertungsgesellschaften Verträge abgeschlossen. Diese Verträge stellen pauschalierte Vergütungsregelungen dar. Sie sind keine Sonderregelungen des Urheberrechts, sondern orientieren sich strikt an ihm. **Die Pauschalverträge gelten auch für weitere Werke und Verbände – darunter Gnadauer Gemeinschaftsverband, Landeskirchliche Gemeinschaften und EC.**

Die in der Praxis wichtigsten Pauschalverträge sind die drei folgenden:

- Vertrag über Musik im Gottesdienst zwischen der EKD und der GEMA
- Vertrag über Konzerte und sonstige Veranstaltungen zwischen der EKD und der GEMA
- Vertrag über das Fotokopieren von Liedtexten und Noten für den gottesdienstlichen Gebrauch zwischen EKD und der VG Musikedition.

Bitte beachte, dass häufig mehrere Rechte bei der Verwendung von geschützten Titeln greifen. Damit sind nicht nur mehrere mögliche Urheber eines Werkes gemeint, sondern auch die doppelte Pflicht, z. B. die Verwendung des Werkes zu klären und GEMA-Gebühren zu berücksichtigen.

Die GEMA kann keine Bearbeitungsrechte einräumen, wohl aber das Recht zum Covern eines Musikstücks, also die unveränderte Neueinspielung.

A.7 Urheberrechtsverletzungen

Zumeist sind es zivilrechtliche Folgen, die in der Praxis durchgesetzt werden. Eine strafrechtliche Verfolgung ist aber auch durchaus möglich. Wird das Recht eines Urheberrechtsinhabers verletzt, so entsteht ihm daraus ein Anspruch, den er geltend machen kann.

Am häufigsten werden folgende **Ansprüche** geltend gemacht: Unterlassung weiterer Rechtsverletzungen, Beseitigung der Beeinträchtigung, Schadensersatz, Geldersatz immateriellen Schadens. Ansprüche aus anderen gesetzlichen Vorschriften bleiben vorbehalten.

Voraussetzung für alle Ansprüche ist ein Eingriff in das Recht des Urhebers. **Kein Eingriff** liegt immer dann vor,

wenn der Urheber ein entsprechendes Nutzungsrecht eingeräumt hat – sei es direkt zwischen ihm und dem Nutzer oder zwischen einer Verwertungsgesellschaft und dem Nutzer.

Die Verletzung von Urheberrechten ist **nicht auf die leichte Schulter zu nehmen** – gerade die Verwendung aktueller Lieder oder von Texten und Bildern im/aus dem Internet wird oft bedenkenlos gemacht, da es auch technisch sehr einfach ist. Doch nicht alle Plattenfirmen, Verlage und Stars sehen es gerne, wenn ihre Musik/ Texte/Bilder mit religiösem Inhalt in Verbindung gebracht werden.

Bevor es hier zu kostenintensiven Ansprüchen kommt, kläre die Rechte vorher immer ab, auch wenn dies einige Vorlaufzeit in Anspruch nimmt.

Oder verwende Musik von Firmen, die zu Film- und ähnlichen Zwecken Musik GEMA-frei produzieren und bei denen die Nutzungsrechte i.d.R. auch pauschal – und damit günstig – abgegolten werden können.

Der Deutsche EC-Verband bietet dazu in Zusammenarbeit mit der Firma MASTERTRACKS **exklusiv für die EC-Arbeiten in Deutschland** einen kosten- und GEMA-freien Musikpool an. Näheres im Kapitel B.5.

A.8 Weitere Informationen

Bei weiteren Fragen zum Urheberrecht kannst du dich an das Referat für Urheberrecht der EKD wenden, die Landeskirchen der EKD oder an die EC-Geschäftsstellen. Die Adressen findest du im Kapitel H.

Gern hilft dir auch der Deutsche EC-Verband weiter. Wir bemühen uns, deine Fragen zum Urheberrecht zu beantworten.

Ansprechpartnerin beim Deutschen EC-Verband:
BORN-VERLAG, Verlagsleiterin Claudia Siebert,
 Leuschnerstraße 74, 34134 Kassel,
 claudia.siebert@bornverlag.de,
 www.bornverlag.de.

Teil B: Musik

Ein Gerücht!

Es hält sich hartnäckig die Annahme, dass bis drei Sekunden Musik ohne Genehmigung und Vergütung verwendet/bearbeitet werden dürfen bzw. bis 30 Sekunden Musik ohne Genehmigung und Vergütung öffentlich wiedergegeben werden dürfen.

Diese Annahme ist falsch! Das Urheberrecht greift ab der ersten Sekunde, ab dem ersten Buchstaben und dem ersten Pixel.

B.1 Hörbare Verbreitung von Musik: Pauschalverträge mit der GEMA

B.1.1 Wer kann die Pauschalverträge nutzen und wann wird eine Vergütung fällig?

Berechtigt zur Nutzung des Pauschalvertrages zwischen EKD und GEMA sind alle öffentlich-rechtlichen Körperschaften der evangelischen Kirche: die EKD, die Landeskirchen und ihre Kirchenkreise/-gemeinden. Dazu gehören auch diakonische Einrichtungen, wenn eine Kirchengemeinde deren Trägerin ist. Zusätzlich sind auch kirchliche Werke und Verbände zur Nutzung berechtigt, wenn sie der EKD angehören, sowie einige einzelne Verbände und Veranstaltungen. **Der EC gehört zu den Berechtigten (s. Kapitel A.6).**

Beachte: Die Berechtigung entfällt, sobald eine Veranstaltung gemeinsam mit einer Kommune, einer Bank, einem Verein oder sonstigen Dritten durchgeführt wird. Die Kirche/der Verband muss alleiniger Veranstalter sein oder der Partner muss ebenfalls zur Nutzung des Vertrages berechtigt sein. (Dazu gehört auch die katholische Kirche, da für sie ein ähnlicher Pauschalvertrag existiert.)

B.1.2 Veranstaltungen, die durch die Pauschalverträge abgedeckt sind

- „abgedeckt durch die Pauschalverträge“ bedeutet vergütungsfrei für den einzelnen Nutzer; die Vergütung für den Urheber wird pauschal von den Vertragspartnern geleistet
- auch für Veranstaltungen, die durch den Pauschalvertrag abgedeckt sind, besteht immer eine Meldepflicht gegenüber der GEMA! Ansonsten entfällt die Berechtigung zur Nutzung des Pauschalvertrages. Ausnahme sind Gottesdienste und gottesdienstähnliche Veranstaltungen; hierfür muss keine Meldung erfolgen. Details zur Meldung findest du im Kapitel B.1.4.

B.1.2.1 Musik bei kirchlichen Veranstaltungen

Abgedeckt ist die öffentliche Wiedergabe von Musik, wenn der Veranstalter zur Nutzung der Pauschalverträge berechtigt ist und wenn es sich dabei um die **Wiedergabe**

- im Gottesdienst oder in gottesdienstähnlichen Veranstaltungen,
- in Konzerten (sofern es sich um Konzerte der ernsten Musik handelt, z.B. klassische Kirchenmusik; „ernste Musik“ bezeichnet Musik, die keine kommerziell und populär ausgerichtete Unterhaltungsmusik, sondern Kunstmusik ist.),
- in Gospelkonzerten oder
- als neues geistliches Liedgut (zeichnet sich dadurch aus, dass es geistliche Texte mit modernen Stilmitteln aus Populärmusik, Jazz, Rock, Folklore usw. verbindet; die Inhalte haben eindeutig verkündigenden und Gott lobenden Charakter)

handelt. In diesen Fällen ist es auch unerheblich, ob ein Eintritt oder ein sonstiger Beitrag zur Kostendeckung erhoben wird.

Die **Wiedergabe von Musik bei**

- Gemeindeabenden,
- Sommerfesten der Gemeinde,
- Jugendveranstaltungen u.ä.

ist ebenfalls abgedeckt. Bei diesen Veranstaltungen ist sogar die Wiedergabe von Unterhaltungsmusik abgedeckt, wenn kein Eintritt gefordert und nicht überwiegend getanzt wird. Es darf auch nicht um Spenden zur Kostendeckung gebeten werden, da dies ein verdecktes Eintrittsgeld wäre. Davon abweichend gewertet wird ein allgemeiner Spendenaufruf, z.B. für die Jugendarbeit oder die Gemeinde an sich, der keinerlei Zusammenhang mit der Veranstaltung hat.

Zuschüsse von kirchlicher Stelle oder Zuschüsse von Banken, Kommunen o. ä. sind grundsätzlich erlaubt. Allerdings darf die Einrichtung, die den Zuschuss gibt, nicht als (Mit-)Träger der Veranstaltung benannt werden, da der Pauschalvertrag nur dann gilt, wenn alle Träger der Veranstaltung durch ihn abgedeckt sind (siehe B.1.1). Eine Nennung als Unterstützer ist grundsätzlich erlaubt, allerdings empfiehlt es sich, auf eine Nennung zu verzichten.

Bei **Konzerten, in denen sich abgedeckte und nicht abgedeckte Musik mischt**, ist ausschlaggebend, wie hoch der Anteil der abgedeckten Musik ist. Wenn der Anteil 60% und mehr beträgt, wird die GEMA i.d.R. keine Gebühren erheben. Bei einem geringeren Anteil hängt die Höhe der Gebühr von erhobenen Eintritt ab.

Tagungen und Seminare, in denen Lieder gesungen werden, können dann als gottesdienstähnliche Veranstaltung gewertet werden, wenn z. B. auch eine Andacht enthalten ist. In diesem Falle ist auch eine Tagung, ein Seminar über den Pauschalvertrag abgedeckt.

Das **gemeinsame Singen** in der Gemeinde sowie der Gemeindegesang im Gottesdienst werden i.d.R. nicht als öffentliche Wiedergabe betrachtet, Es ist daher weder eine Erlaubnis noch eine Vergütung nötig. Beides ist allerdings im Gesetz auch nicht gesondert geregelt. Dies gilt auch für eine Live-Begleitung (also nicht vom Tonband/CD ...) des gemeinsamen Singens bzw. Gemeindegesangs.

B.1.2.2 Unterhaltungsmusik bei Veranstaltungen

Unterhaltungsmusik (live, aus dem Radio, von CD o.Ä.) ist nur dann abgedeckt, wenn sie bei sonstigen Veranstaltungen stattfindet, also z.B. bei Gemeindefesten. Es darf sich dabei nicht um eine Tanzveranstaltung (meditativer Tanz ausgenommen) handeln. Eintrittsgelder oder andere Unkostenbeiträge dürfen dabei nicht erhoben werden.

B.1.2.3 Musik als Hintergrundmusik bei Jugendveranstaltungen

Jugendveranstaltungen ohne Tanz oder Jugendcafés, in denen die Unterhaltungsmusik als Hintergrundmusik gespielt wird, sind durch den Vertrag abgedeckt. Allerdings dürfen auch hier keine Eintritte oder Unkostenbeiträge erhoben werden.

B.1.2.4 Musik bei Jugendkonzerten

Jugendkonzerte, bei denen Eintritt erhoben wird, sind nur dann abgedeckt, wenn ernste Musik, Gospel oder neues geistliches Liedgut gespielt wird (Erläuterungen dazu siehe Kapitel B.1.2.1). Ob es eine Grenze bei der Höhe des Eintrittspreises gibt, ist nicht verbindlich geregelt.

Jugendkonzerte im Rahmen von Gemeindeveranstaltungen, bei denen Unterhaltungsmusik gespielt wird, sind nur dann abgedeckt, wenn kein Eintritt erhoben wird.

B.1.2.5 Musik in Filmen – Wiedergabe und Herstellung

Wiedergabe von Filmen: Bei jedem Film sind eine Vielzahl von Urheber- und Leistungsschutzrechten betroffen. Dazu gehört auch die Musik, die verwendet wird. Für die Musik gibt es einen Pauschalvertrag zwischen EKD und GEMA, nach dem für die Wiedergabe keine Vergütung gezahlt werden muss, wenn die Gemeinde maximal einmal pro Woche eine Filmvorführung organisiert und der Eintritt maximal 1 Euro beträgt.

Weitere Informationen zur Wiedergabe von Filmen - über das Thema Musik hinaus - findest du im Kapitel C.6.

Herstellung von Filmen: Wer einen Film zur öffentlichen Wiedergabe herstellt und dabei Musik verwendet, ist durch den o.g. Vertrag nicht vom Urheberrecht befreit! Die Verwendung von Musik bedarf auch hier der Zustimmung des Urhebers bzw. des Rechteinhabers (hier die sogenannten Synchronisationsrechte, da Musik mit Bild(ern) verbunden, also synchronisiert wird). Diese Rechte und zusätzlich die Meldung an die GEMA sind zwingend erforderlich.

Das einfachste ist natürlich, wenn einer aus dem Filmteam oder ein Freund selbst passende Musik komponiert und zur Verfügung stellt. Dann erspart man sich die Rechtsfragen und auch die GEMA-Meldung bzw. Gebühren.

Informationen zur Verwendung geschützter Musik für Filme zum privaten Gebrauch siehe Kapitel E.

Darüber hinaus sind auch die Rechte des Drehbuchautors, der Mitwirkenden, der Produzenten usw. zu bedenken. Die Rechtsregelung eines Films ist nicht ganz einfach, da viele Personen daran beteiligt sind. Weitere Informationen zur Herstellung von Filmen findest du im Kapitel C.6.3.

B.1.2.6 Musik im Internet

Zur Zeit gibt es keinen Pauschalvertrag für die Wiedergabe von Musik im Internet auf der eigenen Website, unabhängig davon, ob sie von der Gemeinde selbst eingespielt und aufgenommen wurde oder käuflich erworbene Musik wiedergegeben wird oder ein Gottesdienst per Streaming übertragen wird. Für die Wiedergabe muss in jedem Fall eine Lizenz bei der GEMA beantragt werden. Sollen Noten und/oder Liedtexte im Internet zugänglich gemacht werden, muss eine Lizenz z.B. bei der VG Musik oder beim Verlag erworben werden. Regelungen für Texte und Bilder siehe Kapitel C.7.

B.1.2.7 Musik bei Fernsehübertragungen

Hier gilt die Regelung von Kapitel B.1.2.2. Die evtl. Entrichtung einer Gebühr an die GEZ ist hiervon unberührt und gänzlich unabhängig zu prüfen.

B.1.3 Veranstaltungen, die nicht durch den Pauschalvertrag abgedeckt sind

Diese Veranstaltungen müssen der GEMA gemeldet werden – Näheres dazu findest du im Kapitel B.1.4.

B.1.3.1 Jugenddisco

Veranstaltungen, bei denen der Tanz im Vordergrund steht, deckt der Pauschalvertrag nicht ab (vgl. Kapitel B.1.2.2).

B.1.3.2 Musicals, Singspiele, Krippenspiele

In Aufführungen, die Musik und szenische Darstellungen verbinden, ist die Wiedergabe der Musik nicht abgedeckt, da die Rechte hierfür nicht bei der GEMA, sondern beim Urheber bzw. herausgebenden Verlag liegen. Mit diesem muss direkt verhandelt werden, wie oft und zu welchem Preis eine Aufführung erfolgen darf. Häufig übertragen die Herausgeber/Verlage diese Rechte an die VG Musikedition.

B.1.3.3 Theater, Kabarett

Solche Aufführungen sind von keinem Pauschalvertrag abgedeckt. Die Vergütung muss direkt mit dem Urheber bzw. dem herausgebenden Verlag verhandelt werden.

B.1.3.4 Herstellen einer Musik-CD

Häufig werden bei Konzerten Mitschnitte hergestellt oder nachträglich Aufnahmen in einem Tonstudio gemacht. Werden diese von den Mitwirkenden privat genutzt oder dienen sie ausschließlich der Erinnerung, bedarf es keiner Lizenz der GEMA. Werden die Aufnahmen jedoch an Mitglieder oder Dritte verkauft, muss ein Lizenzantrag bei der GEMA gestellt werden.

Beachte: Bei der Vervielfältigung von Musikaufnahmen auf CD oder anderen Tonträgern müssen auch die Aufführenden ihr Einverständnis zur Vervielfältigung geben, da sie an dieser Darstellung wiederum ein eigenes Urheberrecht besitzen!

B.1.4 Meldung von Veranstaltungen und Fristen

B.1.4.1 abgedeckte bzw. meldepflichtige Veranstaltungen

Ab dem Jahr 2015 haben EKD und GEMA vereinbart, dass Veranstaltungen mit Musiknutzung der GEMA zu melden sind. Diese Meldung ist notwendig, um die einzelnen Nutzungen dem Pauschalvertrag tariflich zuzuordnen zu können.

Unter einer Veranstaltung ist ein zeitlich befristetes Ereignis zu verstehen, das aus einem bestimmten Anlass stattfindet, z. B. Feste.

Von dieser Meldepflicht sind nicht alle Veranstaltungen betroffen. Die Meldepflicht richtet sich nach der Art der Veranstaltung, die in drei Gruppen unterteilt sind:

Gruppe I (nicht meldepflichtig):

Von der Meldepflicht ausgenommen ist die

- Musik im Gottesdienst und gottesdienstähnlichen Veranstaltungen
- Hintergrundmusik („Musikberieselung“) z.B. in Senioren- oder Jugendtreffs.

Weiterhin müssen folgende Veranstaltungen nicht gemeldet werden:

- 1 Gemeindefest jährlich
- 1 Kindergartenfest pro KiTa jährlich
- 1 adventliche Feier mit Tonträgermusik jährlich bzw.
- 1 adventliche Feier mit Livemusik, sofern die Ausübenden/Auftretenden nicht-gewerbliche Musiker sind
- 1 Seniorenveranstaltung mit Tonträgermusik monatlich

Gruppe II (meldepflichtig, nicht gebührenpflichtig):

a) Konzert mit

- ernster Musik
- neuem geistlichen Liedgut
- Gospel
- Unterhaltungsmusik soweit ohne Eintritt/Spende

- b) andere meldepflichtige Veranstaltung (z.B. Laienmusiktheater mit Liveeinlagen oder Weihnachtsspiele mit musikalischen Elementen)
c) Mehrveranstaltungen im Sinne von Gruppe I (z.B. zweites Gemeindefest o.ä.)

Die Veranstaltungen nach a) – c) sind über den Pauschalvertrag bereits bezahlt, die GEMA wird also keine Rechnung stellen.

Gruppe III (melde- und gebührenpflichtig):

- Konzert der Unterhaltungsmusik mit Eintritt/Spende
- Gemeindefest mit überwiegend Tanz
- Andere Tanzveranstaltungen
- Bühnenaufführungen mit Musik (z.B. Theateraufführungen)

B.1.4.2 Meldung von abgedeckten meldepflichtigen Veranstaltungen

Nach jedem Konzert / Veranstaltung muss das **Programm innerhalb von 10 Tagen** mit bestimmten Angaben an die zentrale GEMA-Meldestelle geschickt werden.

Post: GEMA-KundenCenter, 11506 Berlin

Email: kontakt@gema.de | Tel.: 030 588 589 99

Zur Meldung wurde zwischen EKD und GEMA ein verbindlicher Meldebogen entwickelt, welcher z.B. über den EC-Landesverband zu erhalten ist. (für Sachsen auf www.ec-sachsen.de im Servicebereich downloaden).

Der Meldebogen kann direkt am Computer ausgefüllt oder ausgedruckt und per Hand ausgefüllt werden. Nachdem der Fragebogen am Computer ausgefüllt wurde, kann dieser ausgedruckt und an die zuständige GEMA-Bezirksdirektion gesendet. Selbstverständlich kann der ausgefüllte Fragebogen auch als Datei per Email (ohne Unterschrift) an die zuständige GEMA-Bezirksdirektion gesendet werden.

B.1.4.3 Meldung von nicht abgedeckten Veranstaltungen

Auch Veranstaltungen, die nicht über den Pauschalvertrag abgedeckt sind, müssen direkt an die GEMA gemeldet werden. Dafür kann ebenfalls der besondere EKD-GEMA-Meldebogen verwendet und an die zuständige GEMA-Bezirksdirektion gesendet werden (siehe Erläuterungen unter B 1.4.2). Ein Rabatt (siehe B 1.4.4) wird eventuell nur dann eingeräumt, wenn die Veranstaltung spätestens 3 Tage vor Durchführung angemeldet wurde.

B.1.4.4 Kosten

Berechtigte zur Nutzung der Pauschalverträge erhalten Vorzugssätze, in bestimmten Fällen auch Rabatte von 20%, wenn eine nicht abgedeckte Veranstaltung durchgeführt wird, deren Rechte aber bei der GEMA liegen. Voraussetzung ist, dass die Meldung rechtzeitig vor dem Konzert erfolgte. Für den Fall, dass die Gebühren mehr als 10% der Einnahmen betragen, kann der Veranstalter eine Begrenzung der Gebühren auf 10% der Einnahmen beantragen (GEMA-Missverhältnisklausel).

Aktuelle Tarife sind unter www.gema.de zu finden – hier können keine näheren Detailangaben dazu gemacht werden, da es viele verschiedene Tarifmodelle und Berechnungsgrundlagen je nach Verwendungszweck, Inhalten usw. gibt.

B.1.4.5 Strafgebühren bei Nichtmeldung

Bei Nichtmeldung kann die GEMA bei abgedeckten Veranstaltungen den normalen Tarifsatz erheben. Grundsätzlich kann es auch zu einer Verdoppelung des Tarifsatzes kommen. Die Tarife sind im Internet unter www.gema.de einzusehen.

B.2 Verbreitung von Musik in grafischer Form (Texte, Noten): Pauschalverträge mit der VG Musikedition

Zwischen EKD und VG Musikedition besteht ein Pauschalvertrag über das **Fotokopieren von einzelnen Liedern (Noten) und Liedtexten für den Gemeindegesang in Gottesdiensten, für gottesdienstähnliche Veranstaltungen** (Andachten, Hochzeiten, Taufen usw.) **sowie für sonstige kirchliche nicht-kommerzielle Veranstaltungen** (Tagungen, Seminare usw.). Die EKD übernimmt die Vergütung pauschal.

Seit 1.10.2009 gehört auch die **Herstellung und Nutzung von Folien** sowie die **Sichtbarmachung der Lieder und Liedtexte mit einem Beamer** zur Nutzung, die über den Pauschalvertrag abgedeckt ist.

Berechtigt zur Nutzung dieses Pauschalvertrages sind die EKD, die Landeskirchen und ihre Kirchenkreise/ -gemeinden sowie zu diesen Kirchen gehörende Institutionen. **Dazu gehören weitere kirchliche Einrichtungen, darunter auch der EC (siehe Kapitel A.6).**

Beachte: Grundsätzlich gibt es kein Recht zur Privatkopie bei Noten, einzige Ausnahme stellt hier die Regelung für die Jugendhilfe dar (siehe Kapitel A.3). Andere Fälle siehe Kapitel E.

Beachte: Dieser Pauschalvertrag gilt natürlich nur für die Lieder, die von der VG Musikedition verwaltet werden!

Beachte: Die Lizenzierung durch die VG Musikedition ist separat von der GEMA zu betrachten, da sie nur die grafische Vervielfältigung betrifft, nicht jedoch die hörbare Verbreitung von Musik.

B.2.1 Was erlaubt ist und was nicht

B.2.1.1 Erstellung von Liedzetteln

Abgedeckt durch den Pauschalvertrag ist die Erstellung von einzelnen Liedzetteln (nicht gebunden – siehe Kapitel B.2.1.2 und B.2.1.4). Auf diesen Liedzetteln dürfen auch mehrere Lieder/Noten abgedruckt sein.

B.2.1.2 Gebundene Liedhefte

Es ist **nicht** durch den Vertrag abgedeckt, gebundene oder „getackerte“ Liedhefte oder ähnliche feste Sammlungen zu erstellen. Solche Produkte müssen separat abgegolten werden. Erlaubt ist nur ein Zusammenhalten mit einer Büroklammer oder ähnlich losen Hilfsmitteln.

I.d.R. lohnt es sich aber, bei der VG Musik nach einer Lizenz für ein Liedheft zu fragen, da sie die Erlaubnis häufig zu günstigen Konditionen erteilt.

B.2.1.3 Großveranstaltungen

Wenn die Anzahl an Kopien 10.000 Stück überschreitet, ist eine gesonderte Zahlung an die VG Musikedition fällig. Wenn die Anzahl an Kopien 1.000 Stück überschreitet, muss ein Belegexemplar an die VG Musikedition gesendet werden.

B.2.1.4 Lieder in Programmheften

Werden Liedtexte und Noten in ein gebundenes Programmheft übernommen, so sind diese bei der VG Musikedition zu vergüten.

B.2.1.5 Kopien für Chöre und Orchester

Für die öffentliche Wiedergabe von Musik durch Chöre, Orchester usw. gilt weder der Pauschalvertrag noch das sonst übliche Recht zur Erstellung einer Privatkopie (siehe Kapitel E)! Das bedeutet, dass alle beteiligten MusikerInnen die Lied-/Notenausgabe kaufen müssen. Ob Verlage trotzdem das Recht zum Kopieren einräumen, wenn versichert wird, dass jede/r die Lied-/Notenausgabe erworben hat und die Kopie nur der einfacheren Handhabung dient, ist mit diesem direkt zu verhandeln.

B.2.1.6 Einscannen von Noten, Notenprogrammen; Herunterladen von Liedtexten

Sowohl das Einscannen von Noten als auch die Nutzung von Notenprogrammen (also Software, mit der sich Noten (und ggf. Text) schreiben und ausgeben lassen) sind Vervielfältigungen! Werden diese Vervielfältigungen für eine öffentliche Wiedergabe verwendet, sind sie über den Pauschalvertrag nicht abgedeckt. Als Ausnahme gilt, wenn

- die Noten mit der Hand geschrieben werden,
- die Noten für den persönlichen Gebrauch archiviert werden oder

- das Werk seit mindestens zwei Jahren vergriffen ist und dem eigenen Gebrauch dient.
- Das Herunterladen von Liedtexten aus dem Internet ist grundsätzlich nicht gestattet!

B.2.1.7 Overheadprojektionen

Das Projizieren von Noten und/oder Texten mit Hilfe eines OHP ist auch eine Vervielfältigung!

Der Pauschalvertrag zwischen EKD und VG Musikedition deckt die Vervielfältigung per OHP-Folie ab.

B.2.1.8 Verwendung eines Beamers

Grundsätzlich gilt auch hier der Pauschalvertrag zwischen EKD und der VG Musikedition.

Beachte, dass auch hier die nötigen Rechtsangaben auf mindestens der letzten Folie aufgeführt werden müssen (nähere Angaben siehe Kapitel A.5 – im Falle der Verwendung von Liedern über CCLI muss auch die eigene CCL-Liedlizenznummer angeführt werden).

B.2.2 Textdatenbank der VG Musikedition

Die VG Musikedition bietet eine Liedtext-Datenbank an. Das heißt, dass von einem (stetig wachsenden) Teil der dort verwalteten Lieder Texte heruntergeladen und entsprechend der oben beschriebenen Verträge verwendet werden können.

Somit entfällt lästiges Abtippen. Wie der Name schon sagt, enthalten die Downloads aber nur Texte, keine Noten.

Die Liedtext-Datenbank findet man unter www.vg-musikedition.de und dann im oberen Menu.

Um die Liedtext-Datenbank nutzen zu können, muss man sich registrieren. Die Nutzung ist kostenpflichtig. Anders als bisher bieten EC und Gnadau keinen Pauschalvertrag zur Nutzung der Liedtext-Datenbank mehr an. Wir empfehlen die Nutzung der Datenbank SongSelect von CCLI (siehe Kapitel B.3).

B.3 Lesbare Verbreitung von Musik in Jugendkreis, Gottesdienst und Veranstaltungen: Pauschalvertrag mit CCLI

Die CCLI ist eine christliche Lizenzagentur und unterhält Lizenzprogramme für die grafische Nutzung von Liedern und das Aufführen von Filmen im kirchlichen Bereich.

Bisher gilt für die EC-Arbeiten nur der Rahmenvertrag der EKD mit der VG Musikedition (siehe Kapitel B.2). Für immer mehr Lieder, vor allem neuere, liegen die Rechte aber bei der CCLI-Lizenzagentur (eine Übersicht findet man auf der CCLI-Website). **Deshalb hat der**

Ev. Gnadauer Gemeinschaftsverband zum 1. Oktober 2011 mit CCLI einen Pauschalvertrag geschlossen, der auch für die EC-Arbeiten viele Vorteile bringt.

B.3.1 Liedrechte und SongSelect-Text

Über den Rahmenvertrag wird die Frage der **Liedrechte** und die Nutzung der **SongSelect-Datenbank-Text** geregelt.

Folgende Liedrechte sind enthalten: Lieder dürfen fotokopiert, abgedruckt, elektronisch erfasst und als Folien für Beamerpräsentationen gespeichert werden. Dies gilt nicht nur für lose Liedzettel wie bei der VG Musik, sondern auch für gebundene Programmhefte, Gemeindebriefe oder sogar Liederhefte (allerdings in kleinen Auflagen und nicht zum Verkauf). Bei der Liedlizenz von CCLI beziehen sich die erteilten Rechte auf Liedtexte und die Notenbilder (Infos: <http://www.ccli.de/ccl-liedlizenz>). *Voraussetzung ist, dass immer die gültigen Rechtsangaben angebracht werden!*

Mit SongSelect-Text können die Liedtexte christlicher Lieder (inzwischen über 17.000) in verschiedenen Formaten (z. B. Folienformat) für den Gemeindebedarf unbegrenzt heruntergeladen und ausgedruckt werden. Die Liedtexte können in Beamerprogramme (z. B. SongBeamer) eingelesen werden. Die korrekten Urheberrechtsangaben sind zu jedem Lied automatisch dabei, was eine große Erleichterung und Sicherheit ist. Es gibt immer die aktuellen und autorisierten deutschen Übersetzungen (Infos: <http://www.ccli.de/songselect/>).

Die Beteiligung am Rahmenvertrag wird über die Gemeinschaften geregelt. Dies gilt auch für die Abrechnung.

Für die **EC-Jugendarbeiten** gilt, dass sie über die Gemeinschaften abgedeckt sind. Es muss keine gesonderte Erhebung und Bezahlung erfolgen.

Voraussetzung: Der EC betreibt die Jugendarbeit innerhalb der Gemeinschaftsarbeit und die Jugendlichen sind Teil der Gemeinschaft. Dann braucht der EC keine separate Lizenz, weil die Personen mit denen der EC arbeitet, unter den Lizenzen der Gemeinschaften mit erfasst sind. EC-Jugendarbeiten in Landeskirche und Freikirche sollten vor einer eigenen Lizenz mit ihrer Gemeinde sprechen – häufig gibt es auch dort bereits passende Verträge mit der CCLI.

Für (**größere**) **Veranstaltungen** müssen in Zukunft keine besonderen Lizenzen von CCLI erworben werden, da sie auch durch den Vertrag geregelt sind. *Voraussetzung:* Die entsprechenden Veranstaltungen sprechen als Zielgruppe die Personen des Gnadauer Verbandes, der Gemeinschaft, der Jugendarbeit an.

Ist eine Veranstaltung öffentlich, wo also über diese Personen hinausgehend eingeladen und geworben wird, käme eine separate Veranstaltungslizenz in Frage. Diese Veranstaltungslizenz funktioniert im Prinzip wie die normale Liedlizenz (s.o.), mit dem Unterschied, dass sie nur für 2 Wochen gültig ist. Die Preise richten sich nach Veranstaltung für Erwachsene/ Jugendliche und Besucheranzahl (Infos: <http://www.ccli.de/ccl-liedlizenz>).

Bestehende Verträge der Gemeinschaften werden i.d.R. automatisch auf den Rahmenvertrags umgestellt. Haben EC-Jugendarbeiten bereits eigene Verträge, sollte dies im Einzelfall direkt geklärt werden.

B.3.2 SongSelect-Noten

Wer die **Datenbank SongSelect-Noten** zusätzlich nutzen möchte, kann diese Lizenz bei CCLI direkt bestellen und zahlen. Hierfür gibt es keine pauschale Regelung. Mit SongSelect-Noten kann man zusätzlich zu den Texten (siehe oben) auch Noten und Akkorde drucken und speichern werden. Als besonderer Service können Noten transponiert werden u.v.w.m. (Infos: <http://www.ccli.de/songselect/>).

B.3.3 CVL-Filmlizenz

Außerdem bietet CCLI auch eine **Lizenz für Filmrechte (CVL-Filmlizenz)** an. Gnadauer Arbeiten – also auch EC-Jugendarbeiten – erhalten bei den Filmrechten einen Nachlass von 20%. Die Bestellung und Zahlung erfolgt auch hier direkt bei der CCLI. Die CVL-Filmlizenz erlaubt das öffentliche Zeigen von Filmen in kirchlichen Veranstaltungen, Predigten, bei Veranstaltungen mit Jugendlichen, in Kindergottesdiensten oder Hauskreisen etc. Filme müssen nicht gesondert gemietet werden; bereits gekaufte oder geliehene DVDs können benutzt werden. Alle Filme dürfen beliebig oft gezeigt werden (Infos: <http://www.ccli.de/cvl-filmlizenz/>). (siehe auch C.6.2)

B.4 Wenn kein Verwerter weiterhelfen kann

Wenn Werke nicht bei der GEMA bzw. VG Musikedition oder CCLI gemeldet sind, dann verwaltet der Urheber selbst oder ein Verlag die Rechte am Werk. Diese müssen dann direkt kontaktiert werden.

Beachte: Die Rechte für Melodie, Musik und Text können bei unterschiedlichen Urhebern liegen! Teilweise müssen sowohl Urheber als auch Verlag der Wiedergabe durch einen Dritten zustimmen!

Hinweis: Wird ein Lied oder ein Text z.B. in einem Liederbuch abgedruckt, so hat nicht automatisch der Verlag das Urheberrecht inne, der das Liederbuch herausgebracht hat. Er kann das Recht ebenfalls nur für dieses Produkt vom eigentlichen Urheber erworben haben. Es muss also immer der „Original-Urheber“ das Recht zur Nutzung einräumen!

B.5 GEMA-freie Musik

Es gibt Künstler, die keinen Vertrag mit der GEMA abgeschlossen haben. Für deren Musik muss keine GEMA-Gebühr bezahlt werden und die Wiedergabe muss dort auch nicht gemeldet werden. Dies entbindet aber nicht davon, vor der Wiedergabe die entsprechenden Rechte des Urhebers einzuholen! GEMA-frei ist auch Musik, deren Urheberrechtsschutz abgelaufen ist (siehe Kapitel A.2).

Wenn ein Künstler ein Werk bei der GEMA geschützt hat, gilt dies i.d.R. für alle seine Werke, da ein Künstler einzelne Titel nicht von seinem Vertrag mit der GEMA ausschließen kann.

Der Deutsche EC-Verband bietet in Zusammenarbeit mit der Firma MASTERTRACKS **exklusiv für die EC-Arbeiten in Deutschland** einen kosten- und GEMA-freien Musikpool an.

Der Deutsche EC-Verband hat die Verwendungsrechte für die Musikstücke pauschal erworben und darf diese an die EC-Arbeiten weitergeben. Alle Musikstücke in diesem Pool werden nicht von der GEMA verwaltet. Dadurch ist die Verwendung dieser Musikstücke sehr einfach und ohne Kosten. Näheres unter Adressen in Kapitel H.

Allerdings ist es so, dass man bei GEMA-freier Musik praktisch nie aktuelle „Hits“ findet. Auch Musikstücke mit Text sind recht selten. Hauptsächlich findet man in den entsprechenden Musikpools Instrumentalstücke zu verschiedensten Themen und Stilrichtungen.

Weitere GEMA-freie Musik gibt es z. B. unter www.musikzapfsaeule.de.

Teil C: Texte, Bilder und Filme

Genauso wie für Werke der Musik gilt das Urheberrecht auch für alle Formen von Texten, Bildern und Filmen (siehe Kapitel A).

Für die Rechtsvergabe und Abrechnung für **Texte** (Gedicht, Gebete, sonstige Texte von AutorInnen) ist die Verwertungsgesellschaft Wort (VG Wort) zuständig. Ist das Werk dort nicht gemeldet, vertritt der/die Autor/in das Recht selbst muss direkt kontaktiert werden. Die Verbreitung ist auch hier ohne eine Genehmigung nicht gestattet!

Die Verwaltung der Verbreitung von **Bildern** (z.B. im Gemeindebrief, auf Plakaten, auf Einladeflyern) liegt bei der Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst (VG Bild-Kunst). Es gilt gleiches wie oben.

Schwierig bei Texten ist z.B. auch die Unterscheidung, ob aus einem einzelnen Werk etwas „abgeschrieben“ wurde, ohne den Autor zu nennen (Plagiat) oder ob aus mehreren Texten etwas Neues entstanden ist (mit Quellenangaben, also Angabe des ursprünglichen Autors). Außerdem ist es häufig sehr schwer, den Ursprung eines Werkes einwandfrei zu bestimmen. Tut jemand so, als wäre er der Autor eines Textes, ohne dies zu sein, ist das an sich schon ein Verstoß. Verwendet er den Text auch ohne Zustimmung des Urhebers, ist dies

in jedem Falle ein Verstoß gegen das Urheberrecht. Auch für die Verwendung von Texten und Bildern gibt es Ausnahmen für den privaten Gebrauch. Mehr dazu im Kapitel E.

C.1 Bilder und Personen auf Bildern

Bei Bildern sind neben dem Urheberrecht auch das Datenschutzgesetz, das Persönlichkeitsrecht und das Kunsturhebergesetz zu beachten.

Es ist auch hier wieder entscheidend, ob man Fotos nur für den privaten Gebrauch oder für eine öffentliche Verbreitung - z. B. in Drucksachen, auf der Website oder als Bilderschau im Gottesdienst oder Jugendkreis – macht bzw. verwendet. Für die Bilderschau im Gottesdienst kann ggf. die Sonderregelung für die Jugendhilfe Anwendung finden (siehe Kapitel A.3).

Hier findest du eine Übersicht über Dinge, die beachtet werden müssen, wenn du Fotos machst und/oder Fotos bzw. Bilder veröffentlichst. Die Regelungen für Bilder gelten natürlich auch für Illustrationen und Grafiken und im Wesentlichen auch für bewegte Bilder, also Filme.

Zu beachten ist,

- dass du das Foto/Bild selbst gemacht hast oder dir der Urheber das Recht zur Verwendung zum beabsichtigten Zwecke eingeräumt hat.
- dass dir der Urheber das Recht zur Bearbeitung, Verfremdung o.Ä. des Fotos/Bildes eingeräumt hat.
- dass Personen nur nach ihrer Zustimmung abgebildet werden dürfen; Ausnahme sind hier Personen, die nicht erkennbar sind oder die nur als Beiwerk fungieren (also z.B. neben einer Landschaft); i.d.R. sind auch Personen der Zeitgeschichte (z.B. Politiker) eine Ausnahme; Personengruppen (mindestens 5 Personen) können ohne Genehmigung abgebildet werden; besondere Beachtung sollte der Abbildung von Kindern geschenkt werden – hier sollte in jedem Falle die Genehmigung der Erziehungsberechtigten eingeholt werden!
- dass nichts abgebildet werden darf, was Rückschluss auf bestimmte Personen geben kann (z.B. Kfz-Kennzeichen, Türschilder, besondere Merkmale, Grundstücke, Häuser ...).
- dass Fotos von militärischen Anlagen, aus Gerichten, Strafvollzugsanstalten und Behörden sowie von Polizisten und staatlichem Sicherheitspersonal grundsätzlich unzulässig sind.
- dass das Foto/Bild keine urheberrechtlich geschützten Gegenstände beinhaltet (z.B. Gemälde, Skulpturen, Fotos, Theater- und Tanzaufführungen); Ausnahme ist, wenn sich die geschützten Gegenstände dauerhaft an öffentlichen Straßen oder Plätzen befinden.
Dies gilt entsprechend auch für urheberrechtlich geschützte Gebäude; ist z.B. in Kirchen das Fotografieren/Filmen durch Schilder ausdrücklich verboten, gilt dieses Verbot trotz der öffentlichen Zugänglichkeit!
- dass Fotos/Bilder aus dem Inneren eines Gebäudes die Privatsphäre verletzen können; entweder muss also die Person des Hausrechts mit dem Foto/Bild einverstanden sein oder es muss ein öffentlich zugänglicher bzw. rein funktionaler Raum sein.
- dass die Darstellung von Marken/Logos nur dann zulässig sind, wenn sie nicht wesentlicher Bestandteil des Fotos/Bildes sind.

C.1.1 Wichtig bei Veranstaltungen der Gemeinde

Laut Kunsturhebergesetz muss ein **Teilnehmer einer Veranstaltung** zwar damit rechnen, fotografiert zu werden, womit auch Fotos zur Veröffentlichung ohne Erlaubnis gemacht und verbreitet werden dürfen. Es ist dabei aber zu beachten, dass ein solches Bild **das Geschehen der Veranstaltung** darstellen muss und nicht im Schwerpunkt Personen.

Das dürfte schwierig umzusetzen sein, wenn ihr mit der Gemeinde, dem Jugendkreis oder der Jungschar eine Veranstaltung, eine Freizeit o.Ä. durchführt, bei der ihr Fotos macht, die auf der Jugendkreis-Website oder im Gemeindebrief veröffentlicht werden sollen. Somit ist streng genommen eine Einwilligung der Teilnehmer für diese Veröffentlichung nötig. Wie oben erwähnt sollte hier besonderes Augenmerk auf Veranstaltungen mit Kindern liegen.

Am einfachsten kann dies durch eine entsprechende **Einwilligung** innerhalb der Anmeldung erfolgen. Ein allgemeiner Hinweis, dass Fotos gemacht und veröffentlicht werden (z.B. in den Teilnehmerunterlagen) ist auf jeden Fall hilfreich, könnte aber streng genommen nicht ausreichen.

C.1.2 Bilder von Online-Bildbörsen

wie z.B. pixelio.de, photocase.de, fotolia.de ...

Diese Bildbörsen werden immer häufiger benutzt, da sie zu fast jedem Thema hochwertige Bilder liefern und zudem kostengünstig oder teilweise sogar kostenfrei sind. Allerdings haben sie auch sehr klare Regelungen der Verwendungsrechte und der Urheberrechte, die in den AGBs zu finden sind und unbedingt befolgt werden sollten.

Dies betrifft vor allem folgende Punkte:

- Prüfe vor der Verwendung, ob das Bild nur für die **redaktionelle Nutzung** (z.B. im Gemeindebrief) oder auch für die **kommerzielle Nutzung** (z.B. für Werbung oder Verkaufsartikel) freigegeben ist!
- Prüfe, ob der Urheber das **Recht zur Bearbeitung** bzw. Verfremdung bzw. Verbindung mit anderen Bildern/Bildteilen gegeben hat!
- Gib bei jeder Veröffentlichung immer den **Urheber** (den Fotografen) und die **Bildbörse** an! Eine gängige Form ist: Name Fotograf @ Bildbörse oder Name Fotograf / Bildbörse. Dies sollte direkt beim Bild, am Seitenende oder im Impressum geschehen; im **Impressum** sollte die Platzierung des Bildes mit angegeben werden (z.B. Seitenzahl).

- Im Internet genügt es i.d.R. nicht, die Quelle als alt-Tag oder title-Tag im HTML-Text des Bildes anzugeben, sodass sie beim Überfahren des Bildes mit der Maus angezeigt wird. Auch dort muss die Quelle sichtbar am besten beim Bild oder am Seitenende angegeben werden.
- Häufig gibt es den Ausschluss der Verwendung für religiöse Zwecke – dies bezieht sich aber (auf Nachfrage bei einigen Anbietern) i.d.R. auf fundamentalistische, radikale, verherrlichende Inhalte; eure Jugendkreis-Website, der Gemeindebrief o.Ä. fällt i.d.R. nicht unter diesen Ausschluss.

Tipp: Für die christliche Gemeindearbeit empfehlen wir www.medienrehvier.de. Hier finden christliche Gemeinden und Kirchen Fotos, Grafiken und Vorlagen für ihre Öffentlichkeitsarbeit. Und das kostenlos!

Beachte: Häufig beinhalten Grafikprogramme eine Reihe Bilder, Grafiken und Cliparts. Außerdem gibt es Bilder-CDs zu kaufen. Bei beiden ist Vorsicht geboten und man sollte die Lizenzbedingungen genau lesen, was man mit diesen Bildern machen kann. Z.B. kann es eine Unterscheidung in kommerzielle und nichtkommerzielle Verwendung geben oder Einschränkungen bzgl. der Bearbeitungsrechte oder Einschränkungen für die Verwendung im Internet usw.

C.1.3 Layouts, Screen- und Webdesign

Noch gibt es keine gesetzlich gesicherte Regelung, wie weit diese Gestaltungen urheberrechtlich geschützt sind. Es ist davon auszugehen, dass ein **Layout** geschützt ist, wenn es individuelle Züge besitzt und sich nicht nur auf handwerkliche Grundformen stützt.

Beim **Screen- und Webdesign** ist davon auszugehen, dass der Programmcode und die Seite als solche nicht geschützt sind. Die einzelnen Bestandteile wie Bilder, Grafiken und Texte sind dagegen mit hoher Wahrscheinlichkeit geschützt.

C.2 Zitate

Kleinzitat: das auszugsweise Zitieren aus fremden, bereits veröffentlichten Werken, also kleine Ausschnitte; „klein“ ist in diesem Falle abhängig vom Umfang des Fremdwerkes (bei einem großen Umfang kann ein kleiner Ausschnitt länger sein als bei einem geringeren Umfang).

Großzitat: das vollständige Zitieren eines fremden, bereits veröffentlichten *und* erschienenen Werkes; dies darf jedoch nur in eigenständigen wissenschaftlichen Werken zur Erläuterung des Inhalts angewandt werden. Im Alltag der EC-Arbeiten wird hauptsächlich das Kleinzitat von Bedeutung sein.

Folgende Punkte sind beim Zitieren zu beachten:

- Das Zitat muss das eigene Werk inhaltlich unterstützen, also z.B. eine Meinung belegen oder ein Beispiel für einen Inhalt sein. Es darf nichts Eigenständiges innerhalb des neuen Werkes sein (Zitatzweck).
- Das Zitat muss als solches gekennzeichnet sein (z.B. durch Anführungszeichen).
- Das Zitat darf nicht verändert werden, es muss wörtlich übernommen werden. Kürzungen dürfen den Sinn nicht verändern und müssen gekennzeichnet werden (z.B. durch (...)).
- Das Zitat muss eine Quellenangabe beinhalten.

Unter Umständen kann sogar das **Zitieren von Bildern** zulässig sein, wenn die Betrachtung des Bildes für den neuen, eigenständigen Inhalt nötig ist (Zitatzweck).

Tipp: Ein empfehlenswerter Artikel zum Thema Zitat: <http://spreerecht.de/Urheberrecht/2011-02/texte-richtig-zitieren-statt-plagiiere-anleitung-mit-checkliste>

C.3 Predigten und öffentliche Reden

Eine Predigt, die im Gottesdienst gehalten wird, ist eine für die Öffentlichkeit bestimmte Rede. Sie ist urheberrechtlich geschützt. Es bedarf also bei einer Veröffentlichung (Abdruck, Tonmitschnitte) der Zustimmung des Pfarrers/Predigers bzw. der Pfarrerin/der Predigerin.

Die Vervielfältigung von öffentlichen Reden ist gestattet, wenn es sich dabei um aktuelle Tagesthemen handelt und die Rede öffentlich wiedergegeben worden ist.

C.4 Zeitungsartikel und Rundfunkkommentare

Die Verbreitung von Artikeln aus Zeitungen/Informationsblättern und Radiosendungen, die sich lediglich mit aktuellen Tagesthemen beschäftigen, ist zulässig, wenn es sich um politische, wirtschaftliche oder religiöse Tagesthemen handelt; es sei denn, beim Artikel/Kommentar ist direkt vermerkt, dass die Rechte vorbehalten sind. Diese Nutzung kann aber durchaus vergütungspflichtig sein – es ist also trotzdem ratsam, sich mit dem Urheber / der Verwertungsgesellschaft in Verbindung zu setzen.

In der Berichterstattung über Tagesereignisse ist die Verwendung von geschützten Werken i.d.R. zulässig.

C.5 Pressespiegel

Die Zusammenstellung von in Zeitungen o.Ä. veröffentlichten Artikeln zu einem Pressespiegel ist grundsätzlich legal. Dieser Pressespiegel ist vergütungsfrei, wenn nicht mehr als 7 Exemplare hergestellt und verteilt werden. Werden mehr als 7 Exemplare verteilt, ist eine Vergütung bei der VG Wort oder PMG (Presse Monitor Deutschland GmbH) zu zahlen. Dies gilt für Pressespiegel in Papier- und elektronischer Form.

C.6 Mitschnitte, Wiedergabe und Herstellung von Filmen

Mitschnitte von Fernsehsendungen jeglicher Art sind nur für den privaten Gebrauch erlaubt (siehe Kapitel E).

Eine **öffentliche Wiedergabe**, z.B. im Rahmen einer Gemeindeveranstaltung, ist ohne Genehmigung der Sendeanstalt nicht gestattet. Dies gilt auch für Filme, wenn sie ausschließlich zum privaten Gebrauch ausgeliehen wurden. Beim Kauf von Filmen ist darauf zu achten, dass mit dem Erwerb auch die öffentliche Wiedergabe abgegolten ist (in diesem Falle hat dann der herausgebende Verlag bereits alle Rechte abgegolten; dies muss auf dem Film vermerkt sein). Informationen zum Thema Musik in Filmen / GEMA bei öffentlicher Wiedergabe findest du im Kapitel B.1.2.5.

Für die öffentliche nichtkommerzielle Wiedergabe können viele Filme bei entsprechenden **Medienstellen** der Kirchen oder Bildungseinrichtungen gegen entsprechende (preiswerte) Gebühr ausgeliehen werden.

Das Angebot an solchen Filme ist leider sowohl im Verkauf als auch im Verleih stark eingeschränkt. Wendet man sich direkt an die Filmverleiher, muss man mit recht hohen Gebühren rechnen.

Eine **Alternative** stellt ggf. die Lizenzierung über die MPLC Filmlizenzierung GmbH (ehemals Videma) oder die CCLI Lizenzagentur dar:

C.6.1 MPLC Filmlizenzierung GmbH

Die MPLC (Motion Pictures Licensing Company) vertritt mehrere Hundert Filmproduzenten und -verleiher, wozu die großen Hollywood-Studios genauso gehören wie Bildungszentren. Sie bietet eine einfache und relativ kostengünstige Lizenzierungsmöglichkeit an, mit der gekaufte und geliehene Filme, die im Normalfall nur privat wiedergegeben werden dürfen, auch öffentlich legal wiedergegeben werden können.

Mehr Infos unter www.mplc-gmbh.de. Dort findest du auch eine Liste mit den lizenzierbaren Filmen.

Beachte: Die MPLC vertritt nicht die musikalischen Rechte - dafür ist die GEMA zuständig. Siehe Kapitel B.1.2.5.

C.6.1.1 Schirmlizenz

Die lizenzierte Einrichtung (z.B. die Gemeinde) darf alle von MPLC verwalteten Filme unbegrenzt nutzen. Dafür ist eine jährliche Lizenzgebühr zu entrichten. Es ist egal, ob die Filme gekauft, geliehen oder gemietet wurden.

C.6.1.2 Single-Event-Lizenz

Für nichtkommerzielle Veranstaltungen kann diese Lizenz gewählt werden. Allerdings darf für die Veranstaltung keinerlei (!) Außenwerbung (also auch keine Flyer, keine Info auf der Website usw.) gemacht werden und es darf kein Eintrittsgeld verlangt werden.

C.6.2 CCLI Lizenzagentur - CVL Filmlizenz

Die CCLI Lizenzagentur vertritt vor allem christliche Filmproduzenten, aber auch eine Vielzahl der „großen“. Im Gegensatz zu MPLC bietet CCLI die CVL-Filmlizenz nur für Kirchen, Gemeinden an, während MPLC für alle anderen Bereiche zuständig ist. Sie bietet eine einfache und relativ kostengünstige Lizenzierungsmöglichkeit an, mit der gekaufte und geliehene Filme, die im Normalfall nur privat wiedergegeben werden dürfen, auch öffentlich legal wiedergegeben werden können. Mehr Infos unter www.ccli.de.

Beachte: CCLI vertritt nicht die musikalischen Rechte, dies ist Sache der GEMA. Siehe Kapitel B.1.2.5.

Mit dieser Lizenz dürfen Filme und Filmausschnitte von Filmproduzenten, mit denen CCLI einen Vertrag hat, innerhalb der Dauer der Lizenz beliebig oft in der Gemeinde wiedergegeben werden. Es ist egal, ob die Filme gekauft, geliehen oder gemietet wurden. Die Lizenz gilt i.d.R. für ein Jahr und richtet sich nach der Anzahl der Besucher der Gottesdienste bzw. Veranstaltungen.

Beachte: Im Rahmen des Pauschalsvertrags zwischen Gnadau (und damit auch EC) und CCLI gibt es Sonderkonditionen für die CVL Filmlizenz. Siehe Kapitel B.3.3.

C.6.3 Herstellen von Filmen

Informationen zur Verwendung von geschützter Musik in Filmen findest du im Kapitel B.1.2.5 – bitte unbedingt beachten! Informationen zur Verwendung geschützter Musik für Filme zum privaten Gebrauch siehe Kapitel E. Das einfachste ist natürlich, wenn einer aus dem Filmteam oder ein Freund selbst passende Musik komponiert und zur Verfügung stellt. Dann erspart man sich die Rechtsfragen und auch die GEMA-Meldung/-Gebühren.

Darüber hinaus sind auch die **Rechte weiterer Personen**, z.B. des Drehbuchautors, der Mitwirkenden, der Produzenten usw., zu bedenken. Die Rechtsregelung eines Films ist nicht einfach, da viele daran beteiligt sind.

Ähnlich wie es das Text- und Bildzitat gibt, gibt es auch das **Filmzitat**. Es gelten die gleichen Regeln für Klein- und Großzitate, siehe Kapitel C.2. Allerdings sollte man die Grenzen beim Film noch enger sehen als bei Texten.

Wenn ihr z.B. **im Jugendkreis einen Film gemeinsam plant und dreht**, werdet ihr dies i.d.R. gemeinsam beschlossen haben. Trotzdem solltet ihr miteinander überlegen, was ihr mit diesem Film alles machen wollt und ob damit wirklich alle einverstanden sind (z.B. Veröffentlichung im Internet, Verkauf innerhalb und außerhalb der Gemeinde, weitere Verwendung der Musik und Texte usw.). Am besten haltet ihr diese Vorhaben schriftlich fest und alle Mitwirkenden zeigen mit ihrer Unterschrift, dass sie mit der Verwertung so einverstanden sind. Das muss kein offizieller Vertrag sein und ist ohne großen Aufwand zu machen, beugt aber Unklarheiten vor. Hier geht es einfach um eine gemeinsame Festlegung der Verwertung. Gibt es auch einen Verkauf, kann z.B. gemeinsam überlegt und festgehalten werden, ob das Geld für den Jugendkreis eingesetzt wird, der Gemeinde für ein besonderes Projekt gespendet wird o.Ä.

Bitte beachte auch die Hinweise in Kapitel D.6 (Inhalte im Internet) und E.2 (Tauschbörsen).

C.7 Texte und Bilder im Internet

Der Verweis auf ein Werk durch einen **Link im Internet** gilt nicht mehr als Verstoß gegen das Urheberrecht, da mit dem Einstellen des Werkes ins Internet die Erlaubnis zur Verlinkung gegeben wurde. Andernfalls muss der Zugriff durch passwortgeschützte Seiten eingeschränkt werden.

Dadurch sind das Kopieren und die Weiterverwendung von im Internet eingestellten Werken aber **NICHT** automatisch auch gestattet! Texte und Bilder, die im Internet veröffentlicht wurden, sind **genauso durch das Urheberrecht geschützt** wie gedruckte Texte und Bilder. Nur weil etwas bereits im Internet einer breiten

Masse zur Verfügung steht, darf man sich noch lange nicht frei daran bedienen. Das heißt, dass auch hier Genehmigungen zur Verwendung immer eingeholt werden müssen. Erster Ansprechpartner ist dafür meist der im Impressum der Seite angegebene Betreiber oder ggf. Redakteur.

Nicht vom Urheberrecht betroffen ist eine **Zusammenstellung als Übersicht**, wenn über die Inhalte informiert oder diese zusammengefasst werden – hierdurch wird das Werk an sich nicht ersetzt. Siehe auch Kapitel C.1.2.

C.8 Bibeltexte

Auch Bibeltexte sind urheberrechtlich geschützt, da ihnen eine sehr aufwendige Übersetzungsarbeit zugrunde liegt. D.h. dass strenggenommen auch die Veröffentlichung von Bibeltexten bei den Rechteinhabern angefragt werden muss. Dies gilt in der Praxis vor allem dann, wenn es um umfangreiche Abschnitte geht oder zu kommerziellen Zwecken.

Die Rechteinhaber der wichtigsten Bibelübersetzungen:

- Luther - Deutsche Bibelgesellschaft, Stuttgart
- BasisBibel - Deutsche Bibelgesellschaft, Stuttgart
- Gute Nachricht Bibel - Deutsche Bibelgesellschaft, Stuttgart
- Hoffnung für Alle - Brunnen Verlag, Basel und Gießen
- Elberfelder - SCM R.Brockhaus im SCM-Verlag GmbH & Co. KG, Witten
- Einheitsübersetzung - Katholische Bibelanstalt, Stuttgart
- Neues Leben - SCM R.Brockhaus im SCM-Verlag GmbH & Co. KG, Witten

Die persönliche Nutzung, z. B. auch in der Vorbereitung einer Andacht, v.a. von einzelnen Versen, ist i.d.R. unkompliziert. Wie immer gilt besondere Aufmerksamkeit auch beim Bibeltext bei der öffentlichen Verbreitung. Die Übersetzung "Hoffnung für Alle" erlaubt z.B. ohne Anfrage jede Form des Zitats (gedruckt, visuell, elektronisch oder auf Tonträgern) bis maximal 250 Verse, wenn kein ganzes biblisches Buch zitiert wird und das Zitat nicht mehr als 25% des Gesamtwerkes umfasst. Es muss jedoch folgende Quellenangabe angebracht werden: "Die Bibelstellen sind der Übersetzung Hoffnung für alle® entnommen, Copyright © 1983, 1996, 2002 by Biblica Inc.™. Verwendet mit freundlicher Genehmigung des Verlags. Alle weiteren Rechte weltweit vorbehalten." (siehe auch <http://www.hoffnungfueralle.com/ausgaben/Copyright-Hinweis.html>)

Teil D: Internet und Urheberrecht

D.1 Geltung der Regelungen aus Kapitel 1 und 2

Grundsätzlich macht es keinen Unterschied, ob ein Werk aufgeführt, abgedruckt oder im Internet verwendet wird! Für die Verwendung im Internet oder auch auf Social Media-Plattformen **gelten die gleichen Regeln des Urheberrechts** wie bei Musik, bei Bildern oder bei Texten – siehe Kapitel A bis C, bes: auch C.1.2 und C.7. Ein Unterschied liegt darin, dass die Pauschalverträge i.d.R. bisher die Verwendung von Werken im Internet nicht berücksichtigen und diese daher nicht abgegolten ist. Es muss also in jedem Falle die Erlaubnis zur Verwendung vom Urheber eingeholt werden. Außerdem handelt es sich bei **Websites fast immer um eine öffentliche Verbreitung** von Inhalten. Einschränkungen gibt es nur bei mit Passwörtern gesicherten Websites, bei denen sich ein (beschränkter) Personenkreis registriert hat, um die Inhalte zu nutzen. Doch auch dies kann beim Thema Internet nur selten mit privatem Gebrauch gleichgesetzt werden. Es ist also erhöhte Vorsicht geboten.

D.2 Impressum und Wegbeschreibung

Gewerbliche Websites sowie Websites von Organisationen, Vereinen usw. sind dazu verpflichtet, aber auch private Websites sollten immer ein von allen Seiten leicht zugängliches **Impressum** haben. Dieses beinhaltet in der Regel:

- Name
- Adresse
- Telefon
- E-Mail-Adresse (alternativ Kontaktformular)
- Ansprechpartner/Verantwortlicher bzw. bei Gewerbe, Vereinen ... das entsprechende Handelsregister bzw. Vereinsregister; Gerichtssitz, Geschäftsführer bzw. Vorsitzender sowie ggf. des Vertretungsberechtigten
- ggf. Steuernummer
- ggf. Umsatzsteuer-Identnummer
- ggf. Bankverbindung
- ggf. Angabe zu Urhebern verwendeter Fotos, Grafiken usw.

Auch Facebook- oder YouTube-Seiten u. ä. müssen ein Impressum beinhalten - siehe dazu Kapitel D.8.

Beachte: Im Impressum werden gern Ausschnitte von Stadtplänen abgebildet, um den Standort der Gemeinde oder des Jugendkreises zu zeigen. Doch auch Stadtpläne sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht ohne Genehmigung verwendet werden. Es gibt aber einige Anbieter, die Karten legal zur kostenfreien Verwendung anbieten, vor allem für nichtkommerzielle Anbieter wie Gemeinden,

z.B. Google Map, Map24 oder web.de. Hier sollte man nur genau auf die Angaben des Anbieters zur Einbindung in die Website achten. Meist gibt es einen fertigen Quellcode, der verwendet werden muss, damit Logo und Link des Anbieters korrekt enthalten sind. Ansonsten sollte man einfach mal das Gespräch mit der Stadtverwaltung suchen, eine kostenfreie Verwendung von Kartenmaterial ist nach Absprache nicht grundsätzlich ausgeschlossen.

D.3 Linkdistanzierung

Empfehlenswert ist auch die so genannte „**Linkdistanzierung**“. Diese verweist darauf – separat oder im Anschluss an das Impressum eingefügt -, dass der Betreiber der Website keinen Einfluss auf die Inhalte von Websites hat, auf die er verlinkt. Dies kann so kurz festgehalten werden oder in einer ausführlichen Fassung:

„Das Landgericht Hamburg hat mit dem Urteil vom 12. Mai 1998 entschieden, dass man durch die Ausbringung eines Links die Inhalte der gelinkten Seite ggf. mit zu verantworten hat. Dies kann, so das Landgericht, nur dadurch verhindert werden, dass man sich ausdrücklich von diesen Inhalten distanziert. Auf unseren Internetseiten sind Links zu anderen Seiten im Internet hinterlegt. Für all diese Links gilt: Wir möchten ausdrücklich betonen, dass wir keinerlei Einfluss auf die Gestaltung und die Inhalte der gelinkten Seiten haben. Deshalb distanzieren wir uns hiermit ausdrücklich von allen Inhalten aller gelinkten Seiten auf unserer gesamten Website inkl. aller Unterseiten. Diese Erklärung gilt für alle auf unserer Homepage ausgebrachten Links und für alle Inhalte der Seiten, zu denen Links oder Banner führen.“

D.4 Verwendung von Webanalyse-Tools

Häufig wird für Websites die von Google kostenfrei zur Verfügung gestellte Funktion „Google Analytics“ verwendet, um statistische Daten über die Benutzung der Website zu erhalten. Da diese Funktion prinzipiell auch Daten über den User erhebt und alle gesammelten Daten nicht nur dem Betreiber der Website, sondern auch Google und seinen Unternehmen zur Verfügung stellt, kann der Einsatz von Google Analytics den Datenschutz der User verletzen. Daher sollte man es nicht unterlassen, den User auf den Einsatz von Google Analytics hinzuweisen. Dies kann durch folgenden Text im Impressum – oder an anderer geeigneter Stelle – geschehen:

„Diese Website benutzt Google Analytics, einen Webanalysedienst der Google Inc. („Google“). Google Analytics verwendet sog. „Cookies“, Textdateien, die auf Ihrem Computer gespeichert werden und die eine Analyse der Benutzung der Website durch Sie ermöglicht. Die durch den Cookie erzeugten Informationen über Ihre Benutzung dieser Website (einschließlich Ihrer IP-Adresse) wird an einen Server von Google in den USA übertragen und dort gespeichert. Google wird diese Informationen benutzen, um Ihre Nutzung der Website auszuwerten, um Reports über die Websiteaktivitäten für die Websitebetreiber zusammenzustellen und um weitere mit der Websitenutzung und der Internetnutzung verbundene Dienstleistungen zu erbringen. Auch wird Google diese Informationen gegebenenfalls an Dritte übertragen, sofern dies gesetzlich vorgeschrieben, oder soweit Dritte diese Daten im Auftrag von Google verarbeiten. Google wird in keinem Fall Ihre IP Adresse mit anderen Daten der Google in Verbindung bringen. Sie können die Installation der Cookies durch eine entsprechende Einstellung Ihrer Browser Software verhindern; wir weisen Sie jedoch darauf hin, dass Sie in diesem Fall gegebenenfalls nicht sämtliche Funktionen dieser Website voll umfänglich nutzen können. Durch die Nutzung dieser Website erklären Sie sich mit der Bearbeitung der über Sie erhobenen Daten durch Google in der zuvor beschriebenen Art und Weise und zu dem zuvor benannten Zweck einverstanden.“

Die Nutzung von Google Analytics erweist sich in zwei Punkten als kritisch: Es ist eine Vertragsschließung mit Google über die Nutzung notwendig und Verträge mit Google sind nur bedingt zu empfehlen. Zudem kann nicht gewährleistet werden, dass Google allen Datenschutz-Vorgaben nachkommt.

Aus diesem Grund empfehlen wir die Open Source (und damit kostenlose) Software "Piwik", www.piwik.de. Diese ist sehr einfach auf dem Webserver zu installieren und für die Website einzurichten. Der Umfang an Statistikdaten kann sich gut mit Google Analytics messen, die Daten werden sehr übersichtlich präsentiert. Außerdem entspricht Piwik den Anforderungen des Datenschutzes. So kann der User z. B. sehr einfach durch das Setzen eines Häkchens selbst entscheiden, ob seine Daten erfasst werden oder nicht. Außerdem kann man Piwik so einrichten, dass ein Teil der User-IP anonymisiert wird und somit keine Zuordnung zu einer Person stattfinden kann.

Auch auf den Einsatz von Piwik sollte im Impressum, im Bereich Datenschutz oder an anderer geeigneter Stelle hingewiesen werden. Hier kann man dem User gegenüber damit punkten, dass man z. B. die teilweise Anonymisierung der IP erwähnt. Beispiel für einen solchen Hinweis: "Um die persönlichen Daten unserer Besucher bestmöglich zu schützen, benutzt diese Website zur Webanalyse Piwik, eine Open-Source (GPL lizenzierte) Software. Piwik ist von uns so konfiguriert, dass ein Teil Ihrer IP automatisch anonymisiert wird, um

Ihre Privatsphäre zu schützen. Wählen Sie außerdem den unten stehenden Link aus, um Ihren Besuch vollständig aus der Erfassung der Webanalyse zu entfernen. Es wird dazu ein Cookie in Ihrem Browser abgelegt, womit die Erfassung durch Piwik deaktiviert wird."

An dieser Stelle sollte dann die entsprechende Funktion von Piwik eingebunden werden, als User per Häkchen zu entscheiden, ob die Besuche ausgewertet werden oder nicht. Dort steht dann folgender Hinweis: "Sie können sich hier entscheiden, ob in Ihrem Browser ein eindeutiger Webanalyse-Cookie abgelegt werden darf, um dem Betreiber der Webseite die Erfassung und Analyse verschiedener statistischer Daten zu ermöglichen. Wenn Sie sich dagegen entscheiden möchten, klicken Sie den folgenden Link, um den Piwik-Deaktivierungs-Cookie in Ihrem Browser abzulegen." Führt man die Deaktivierung durch, wird diese durch einen entsprechenden Text auch direkt bestätigt. Die Einstellung bleibt für den nächsten Besuch erhalten.

D.5 Datenschutz, E-Mails, Newsletter

Gerade im Internet ist auf den Datenschutz zu achten. Über Websites können sehr schnell Kontaktdaten gesammelt oder veröffentlicht und die gesammelten dann auch z.B. zum Versand eines Newsletters genutzt werden. Doch dabei gibt es Einiges zu beachten – die wichtigsten Punkte:

- Das „Sammeln“ von Kontaktdaten – also das Abfragen und Speichern (sei es online oder offline) – ist nur nach Einwilligung des Absenders erlaubt.
- Das Veröffentlichen von Kontaktdaten auf der Website sollte auch nur nach Einwilligung der jeweiligen Person erfolgen (z.B. Jugendkreisleiter, Prediger). Häufig werden Websites nach solchen Daten durchsucht, um sie dann zu Werbezwecken o.Ä. zu missbrauchen.
- Besonders ist auch zu empfehlen, dass E-Mail-Adressen nicht als Ganzes als Link angegeben werden (also als `name@domain.de`) - diese E-Mail-Links sind zwar praktisch, da sich durch sie automatisch Outlook öffnet, sie können aber leicht ausgelesen und dann als Spam-Empfänger missbraucht werden; besser ist die Anlage eines Kontaktformulars (d. h. der Link, der z. B. nur den Namen der Person enthält, verweist auf ein Formular; die E-Mail-Adresse an sich wird nirgends mehr angezeigt) oder eine veränderte Schreibweise der E-Mail-Adresse als Link (z. B. in der Form `name(at)domain(punkt)de`).

- Newsletter dürfen nur nach Einwilligung bzw. Bestellung einem Empfänger gesendet werden – auch wenn er nicht gewerblich, unverbindlich und kostenfrei ist und z.B. das Gemeindeprogramm des nächsten Monats beinhaltet! Für Gewerbetreibende gibt es bzgl. ihrer Kunden wenige Ausnahmen.

Zum 1.9.2009 ist eine Novelle des Datenschutzgesetzes (BDSG) in Kraft getreten, deren Übergangsregelung zum 1.9.2012 ausgelaufen ist. Die Novelle besteht nicht nur aus Verschärfungen, sondern auch aus Vereinfachungen. Kern sind der Einwilligungsvorbehalt (d. h. die Einwilligung des Empfängers ist nötig), die Lockerung in Bezug auf Bestandskunden sowie die Transparenz über den Umgang mit den Daten.

Beispiel: Bei der Registrierung für E-Mail-Newsletter ist nur noch das sogenannte Opt-in-Verfahren zulässig, d. h. der User trägt seine Mail-Adresse ein, erhält dann eine Mail zur Bestätigung seiner Registrierung und erst dann ist diese gültig. Auch für die Gültigkeit einer solchen Registrierung sowie die Nutzung bereits vorhandener Daten (sogenannte Bestandskunden) gibt es neue Regelungen. Für Spendenwerbung gibt es Ausnahmeregelungen. Am wenigstens beschränkt sind Zusendungen per Post, am eingeschränktsten sind Zusendungen per E-Mail, SMS, Fax oder Telefon.

Da das Thema den Rahmen dieses Bausteins sprengen würde, empfehlen wir z. B. die praxisnahen Informationen der Deutschen Post unter <http://www.direktplus.de/archiv/artikelarchiv/praxistipps-archiv/bdsg-konformer-kundendialog/dialogmarketing-und-bdsg/>.

D.6 Die Möglichkeiten des Web 2.0 und das Urheberrecht

Das Besondere am Web 2.0 ist, dass die Nutzer des Internets dieses selbst mit Inhalten füllen. Einfach zu bedienende Techniken und immer mehr Plattformen zum Austausch von Daten und Meinungen machen das immer mehr Nutzern möglich. Das ist auf der einen Seite eine große Chance, auch für unsere EC-Arbeit. Auf der anderen Seite muss man sehr aufpassen, was man so alles ins Netz einstellt und bei allen schnellen Informationen und Datenaustauschen besonders gut auf die Urheberrechte achten.

Da sich viele Nutzer mit dem Urheberrecht nicht ausreichend auskennen und bedenkenlos fremde Fotos, Filme, Musik und Texte hochladen und verbreiten, gibt es regelrechte „Abmahnwellen“, die sich für Anwälte durchaus lohnen. Fehler können also schnell auffallen und sehr teuer werden ...

In diesem Baustein können nicht alle Möglichkeiten des Web 2.0 bedacht werden. Einige sollen aber konkreter angesprochen werden. Grundsätzlich gilt für alle: das Urheberrecht gilt auch im Internet und seine Regeln müssen auch dort beachtet werden. Alles, was man selbst geschaffen hat, kann auch im Internet problemlos verbreitet werden; alles, was man von anderen übernimmt, unterliegt der Genehmigungspflicht.

Es spielt keine Rolle, dass die Möglichkeiten des Web 2.0 i.d.R. keine kommerziellen Ziele verfolgen.

D.6.1 Podcast

Podcast = MP3-Datei zum Herunterladen, die Texte, Musik, Nachrichten ... (also Sprache und/oder Musik) enthält. Podcasts können z.T. über Websites abonniert werden.

Auch hier gilt: Wer nur einige Werke (z.B. die selbst erstellte Reportage, einen selbst komponierten Song) verbreitet, ist deren alleiniger Urheber und kann damit frei umgehen. Wer aber Werke (z.B. einen Song im Hintergrund oder Auszüge aus Büchern) verbreitet, muss Urheberrechte (i.d.R. Urheber direkt oder über VG Wort) und ggf. GEMA berücksichtigen. Es gelten sämtliche grundsätzliche Regelungen des Urheberrechts (s. Kapitel A). Übrigens ist auch ein (legal erstellter) Podcast ein neues Werk, das Urheberrechtsschutz genießt.

Die GEMA bietet einen bestimmten Podcasting-Tarif an (mehr Infos unter lizenzshop.gema.de/lipo/produkte/podcast/index.hsp).

D.6.2 Filme bei YouTube & Co. oder auf der eigenen Website

Es ist grundsätzlich kein Problem, ein Video zu drehen und dieses bei YouTube oder auf der eigenen Website einzustellen. Solch ein selbst gedrehtes Video genießt sogar selbst Urheberrechtsschutz. Es wird aber dann zu einem Problem, wenn auf dem Video Personen zu sehen sind oder nicht selbst geschriebene und aufgenommene Musik zu hören ist. Personen müssen der Veröffentlichung zustimmen (siehe Kapitel C) und für die Verwendung und Aufführung von Musik ist eine Genehmigung und Vergütung nötig (siehe Kapitel B).

Nicht erlaubt ist auch das Einstellen von Privatkopien von Filmen, Fernsehsendungen usw. (s. auch Kapitel E).

Das Ansehen von Filmen, egal ob sie legal oder illegal eingestellt wurden, ist nicht rechtswidrig. Aber schon beim Herunterladen oder vor allem beim Einbinden von Filmen von YouTube oder anderen Plattformen in die eigene Website kann es zu rechtswidrigem Verhalten kommen.

D.6.3 Communities wie MySpace, StudiVZ, wkw, Facebook & Co. und Blogs, Foren, Wikis

Auch hier gilt, dass fremde Werke nicht einfach verwendet werden dürfen. Eigene private Texte usw. dagegen schon.

Besonders ist daran zu denken, dass keine Privatkopien von z.B. Lieblingsliedern, Filmen usw. eingestellt werden dürfen (siehe auch Kapitel E).

Und auch bei Fotos und Filmen von den letzten gemeinsamen Veranstaltungen des Jugendkreises sind die entsprechenden Regeln zu beachten (s. Kapitel C).

Tipp: Firmen, die neue Mitarbeiter suchen, durchsuchen immer mehr auch das Internet nach Informationen über die Bewerber. Wer selbst Bewerber ist, sollte daher überlegen, was er in Communities über sich veröffentlicht.

D.6.4 Tauschbörsen

siehe Kapitel E.2.

D.6.5 Internetradio

Eine sehr spezielle Möglichkeit, das in der Realität von Jugendarbeiten (noch) selten eingesetzt wird und auf das daher hier (noch) nicht näher eingegangen wird. Grundsätzlich gilt natürlich auch hier das Urheberrecht. Betroffene Ansprechpartner im Bereich Musik sind die GEMA (sie vertritt die Texter und Komponisten) und die GVL (Gesellschaft für die Verwertung von Leistungsschutzrechten, sie vertritt die Interpreten und die Tonträgerindustrie).

D.6.6 freie Inhalte

Es gibt gerade im Internet eine Menge Inhalte – Texte, Bilder, Musik, Filme –, die offiziell zur Verwendung freigegeben sind. Sie stehen z.B. unter der Creative-Commons-Lizenz und sind explizit als solche Inhalte gekennzeichnet. Mehr dazu im Kapitel F.

D.7 Open-Source-Software für Websites

Auch kleine private Websites (dazu zählen auch Websites von Gemeinden, Jugendkreisen usw.) sollen heute dynamisch sein und viele der Web 2.0-Tools enthalten. Deshalb werden immer weniger statische HTML-Sites erzeugt, sondern sogenannte CMS (Content Management Systeme) verwendet.

HTML als solches unterliegt nicht dem Urheberrechtsschutz, da es sich lediglich um eine Auszeichnungssprache handelt, die nur dafür sorgt,

dass ein System dargestellt wird. Ein CMS geht darüber hinaus und ist entsprechend geschützt, da es individuelle Programme/Strukturen beinhaltet.

Es gibt jedoch die sogenannte Open-Source-Software und darunter auch CMS, die unter der GNU General Public Licence (GPL) veröffentlicht wurden. Solche freie Software kann von jedem verwendet, sogar verändert und weiterentwickelt werden. (Open-Source-Software muss nicht immer kostenfrei sein, ist es aber meist).

Typische Beispiele für solche CMS sind Typo3 (www.typo3.org) und Joomla (www.joomla.de). Vorteil dieser CMS ist nicht nur die kostenfreie Verwendung, sondern auch, dass viele Anwender Erweiterungen dafür programmieren, die den eigenen Bedarf meist gut abdecken.

Allerdings sind auch bei der GPL einige Regeln zu beachten, z.. dass ein genauer Copyright-Text anzugeben ist. Daher sollte man sich die Lizenz vor der Verwendung ruhig einmal durchlesen. Wenn man nicht gerade selbst programmieren will, sondern einfach nur eine Website erstellen möchte, sind die Regelungen problemlos zu erfüllen.

Beachte: Es ist davon auszugehen, dass für die u.g. Fälle und Objekte die Regelungen für die Jugendhilfe (siehe Kapitel A.3) nicht gelten!

D.8 Rechtliche Grundregeln für Facebook-Seiten und -Gruppen

Facebook ist eines der wichtigsten Online-Kommunikationsmedien - auch in der christlichen Jugendarbeit. Über die Facebook-Seiten der Jugendkreise und Verbände wird jedoch oft nicht nur informiert, sondern es werden auch Daten (z. B. Fotos) verbreitet oder Werbung (z. B. für die nächste Freizeit) betrieben. Zudem vermischen sich häufig private Facebook-Seiten der Hauptamtlichen und leitenden Ehrenamtlichen mit offiziellen Seiten.

Wie überall im Internet (siehe Teil D), gelten auch auf der Facebook-Seite (und genauso in Gruppen) rechtliche Bestimmungen verschiedenster Art – von Datenschutz, Persönlichkeitsrechten und Urheberrechten bis hin zu den Facebook-eigenen Richtlinien. Wer sich hier sicher und legal bewegen möchte, sollte einige Grundregeln kennen und beherzigen.

Die im Folgenden zusammengestellten Grundregeln (außer D.8.3 und D.8.7) sind *Auszüge aus dem Artikel „Rechtliche Stolperfallen beim Facebookmarketing“ (Mai 2011) von Rechtsanwalt Thomas Schwenke, Rechtsanwaltskanzlei Schwenke, Berlin, www.rechtsanwalt-schwenke.de. Die Veröffentlichung erfolgt mit freundlicher Genehmigung des Autors.* Die Kapitelnummern in () geben die Kapitelnummer im Originalartikel an.

Die Zusammenstellung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern stellt nur die für Jugendarbeiten/Gemeinden relevantesten Regeln dar.

Empfehlung für aktuelle Informationen:

www.rechtsanwalt-schwenke.de/blog und www.facebook.com/raschwenke sowie www.allfacebook.de und www.facebook.com/marketingde.

Außerdem sollten sich Verantwortliche von Facebook-Seiten die Richtlinien von Facebook durchlesen. Im Developer-Bereich gibt es z. B. auch kurze Checklisten.

Sinngemäß gelten diese Regeln natürlich nicht nur für Facebook, sondern auch für Google+, YouTube usw., wobei gerade die jeweils eigenen Richtlinien beachtet werden müssen.

D.8.1 (2) Registrierung – Persönliches Profil oder Unternehmensseite

Bereits das Anlegen eines Kontos bei Facebook erfordert eine strategische Planung. Abgesehen von praktischen Problemen bei der Wahl eines falschen Vorgehens (z.B. Beschränkung der Anzahl von Freunden) müssen **gesetzliche Anforderungen** an einen kommerziellen Onlineauftritt und **Facebooks Hausregeln** beachtet werden. Ferner drohen bei Einsatz von Mitarbeitern **arbeitsrechtliche Streitigkeiten**, die es zu vermeiden gilt.

(2.1) Gesetzlicher Rahmen und Facebookregeln

- Kommerzielle Kommunikation muss für Verbraucher als solche erkennbar sein (§ 6 Abs.1 Nr.1 Telemediengesetz (TMG)) und darf nicht verschleiert werden (§ 4 Nr.3 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)).
- „Du wirst dein **persönliches Profil** nicht zu deinem kommerziellen Nutzen verwenden“ verlangen die Facebook-Nutzungsbedingungen Punkt 4.4.
- „Du wirst nur ein persönliches Profil erstellen“ – Facebook-Nutzungsbedingungen Punkt 4.2.
- „**Seiten** sind spezielle Profile, die nur zur Werbung für Unternehmen oder andere kommerzielle, politische sowie wohltätige Organisationen oder Anstrengungen (einschließlich gemeinnütziger Organisationen, politischer Kampagnen, Bands und bekannter Persönlichkeiten) verwendet werden dürfen“ – Nutzungsbedingungen für Facebook-Seiten Punkt 1.

Verstöße gegen diese Regeln können u.a. diese Folgen nach sich ziehen:

- **Abmahnung** seitens der Wettbewerber oder
- **Sperrung des Facebookkontos** durch Facebook

(2.2) Praktische Umsetzung

Die gesetzlichen wie auch die Facebook-Bedingungen verlangen, dass Unternehmer kommerzielle Kommunikation (z.B. Statusmeldungen, die für das Unternehmen oder Produkte werben) nur auf Facebook-Seiten vornehmen darf.

Wer sich bei Facebook registriert, hat die Möglichkeit, sich zwischen einem Privat- und einem Unternehmenskonto zu entscheiden.

(2.3) Privatkonto

- Dem Privatkonto wird automatisch ein **persönliches Profil** zugeordnet (erkennbar an dem Button „als Freund hinzufügen“). Das persönliche Profil darf jedoch **nur für private Kommunikation** genutzt werden.
- Ferner kann der Inhaber eines Privatkontos **Seiten** (erkennbar an dem Button „Gefällt mir“) anlegen. Nur diese dürfen **für kommerzielle Kommunikationen** genutzt werden.
- Das bedeutet, auch ein Unternehmer darf ein Privatkonto anlegen, muss für kommerzielle Kommunikation aber eine Seite anlegen.

(2.4) Unternehmenskonto

- Dem **Unternehmenskonto** wird automatisch eine **Seite** zugeordnet, die für kommerzielle Kommunikation genutzt werden darf.
- Ein **persönliches Profil** anzulegen ist **nicht möglich**. Ein **Unternehmenskonto ist daher ein „Weniger“** gegenüber einem Privatkonto, weil es kein persönliches Profil hat. Der Nachteil besteht darin, dass man nur mit einem persönlichen Profil sich mit Nutzern „anfreunden“ und ihnen Nachrichten schicken kann. Dies kann nützlich sein, wenn man Kontakt zu anderen Facebookmitgliedern aufnehmen möchte. Die rechtlichen Rahmenbedingungen hierfür werden späteren besprochen.

(2.5) Umsetzung

Weil ein privates Konto mehr Vorteile bringt, **sollte der Unternehmer ein Privatkonto anlegen** und von diesem aus eine Seite für das Unternehmen erstellen.

Die mit Social Media betrauten **Mitarbeiter sollten ebenfalls private Konten anlegen** oder ihre bereits in der Freizeit genutzten Facebook-Konten nutzen. Mit diesen können sie als Administratoren der Unternehmensseite eingetragen werden. Beim

Ausscheiden aus dem Unternehmen, werden sie als Administratoren wieder ausgetragen. Die ausscheidenden Mitarbeiter dürfen die Seite genauso wenig „behalten“, wie sie ein Firmenfahrzeug nach dem Ende der Arbeitsbeziehung einbehalten dürften. Dagegen ist es seitens von Facebook nicht erlaubt, nur ein privates Konto anzulegen und es durch mehrere Mitarbeiter nutzen zu lassen.

Hinweis:

Es ist möglich, dass Facebook die Unternehmenskonten (also Konten ohne persönliches Profil) künftig nicht mehr anbietet. Das ändert jedoch gar nichts an dem oben vorgeschlagenen Vorgehen.

(2.6) Werbung auf persönlichen Profilen

Auf persönlichen Profilen soll nach Möglichkeit keine Werbung betrieben werden. Allerdings wird hier ein ähnlicher Maßstab wie im „normalen Leben“ anzulegen sein. Wer vom neuesten Projekt, einer tollen Leistung im Job, o.ä. berichtet, macht nicht automatisch Werbung. Erst wenn diese „Berichte“ penetrant wird und mehrmals täglich auf die eigenen Angebote verwiesen wird, ist die Grenze des Zulässigen überschritten.

Ganz besonders sollte mit Schleichwerbung aufgepasst werden. Wer unter dem Deckmantel des Privaten eigene Produkte bewirbt, also ihre Qualitäten preist und nicht erkennbar ist, dass hier die eigenen Leistungen beworben werden, liegt ein Fall unerlaubter Schleichwerbung vor.

D.8.2 (4) Impressum

Eine geschäftlich genutzte Facebook-Seite muss ebenso wie eine reguläre Unternehmenswebseite ein einfach und schnell erreichbares Impressum haben.

(4.1) Gesetzlicher Rahmen und Facebookregeln

- Die Impressumspflicht und deren Inhalt ergeben sich aus § 5 TMG26 und § 55 des Staatsvertrages über Rundfunk und Telemedien (RStV).
- Laut Bundesgerichtshof muss das Impressum für durchschnittliche Nutzer **leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar** („2-Klick-Regel“) und **ständig verfügbar** sein.

Wer gegen die Impressumspflicht verstößt, riskiert eine **Abmahnung** seitens der Konkurrenten oder ein **Bußgeld** bis zu 50.000 Euro.

(4.2) Platzierung des Impressums

Die Facebook-Seiten bieten kein Extrafeld für ein Impressum. Trotzdem gibt es **drei Möglichkeiten** wie ein Impressum leicht erkennbar untergebracht werden kann:

1. Auf der Unterseite „Info“, erreichbar über das Menü in der linken Spalte unter der Seitengrafik. Diese Stelle wird die praktikabelste sein, das die Unterseite Info ohnehin schon vorhanden ist und auch die Seitenbesucher dort zuerst suchen werden.
2. Im **Feld „Info“** in der linken Spalte unter der Seitengrafik und dem Menü. Da diese Textbox nur die erste Zeile zeigt, ist es wichtig sofort darauf hinzuweisen, dass dort das Impressum zu finden ist. Zum Beispiel mit der Einführung „Impressum:“.
3. Auf einer eigenen Unterseite mit dem Titel „Impressum“. Diese Methode erfordert das Anlegen einer neuen Seite und sollte gewählt werden, wenn die Unterseite „Info“ bereits für andere Informationen genutzt wird.

(4.3) Ausgeschrieben oder nur ein Link zum Impressum

Man wird auf **drei Probleme** stoßen, wenn man ein **komplett ausgeschriebenes Impressum** in den Feldern unterbringen will:

1. Diese Felder möchte man lieber für Informationen zum Unternehmen und Leistungen, statt für rechtliche Informationen nutzen.
2. Eine Zeichenbeschränkung erlaubt nicht ein umfangreiches Impressum unter zu bringen.
3. Ändern sich die Impressumsangaben (z.B. neue Telefonnummer), dann müssen alle Impressi angepasst werden, was leicht vergessen werden kann.

Um diese Probleme zu umgehen, kann man statt eines ausgeschriebenen Impressums **lediglich einen Verweis auf das Impressum auf der eigenen Webseite** angeben. Wichtig ist dabei, dass der Verweis direkt auf das Impressum und nicht lediglich auf die Webseite zeigt. Das gebietet die 2-Klick-Regel, welche besagt, dass ein Impressum von jeder Seite des Angebotes **mit maximal zwei Klicks erreichbar** sein muss. Würde man z.B. von der Pinnwand aus auf den Info-Reiter klicken (1.Klick), dann auf den Link zur Webseite (2.Klick) und dort auf den Impressumslink (3.Klick) wäre das Impressum nicht mehr „unmittelbar erreichbar“.

(4.4) Inhalte des Impressums

Für das Impressum auf der Facebookseite gelten dieselben Grundsätze wie für das Impressum auf der Website. Da diese je nach Unternehmen variieren, wird auf den Leitfaden zur Impressumspflicht“ des Bundesministeriums der Justiz oder die Webseite Anbieterkennung.de verwiesen. [siehe auch Kapitel D.2]

D.8.3 Nutzung von Grafiken, Bildern und Fotos, fremden Texten, Videos und Musik

Man kann nie genug darauf hinweisen, dass Daten im Internet und somit auch auf Facebook nicht einfach verbreitet werden dürfen. Neben Urheberrechten sind z. B. auch Persönlichkeitsrechte zu beachten. Da diese Themen jedoch an andere Stelle in diesem Baustein ausführlich benannt sind, sei hier noch einmal eindrücklich daran erinnert und auf die Kapitel C.7 und D.6 verwiesen. Dies betrifft Inhalte, die man selbst erstellt; Inhalte, die man selbst teilt; Inhalte, die andere auf der Seite teilen (siehe dazu D.8.7).

D.8.4 (9) Gewinnspiele und Wettbewerbe

Das wohl beliebteste Mittel um Nutzer an die eigene Facebook-Seite zu binden sind Gewinnspiele, Wettbewerbe oder Verlosungen (zusammenfassend als Promotionen bezeichnet). Zum Beispiel ist es sehr verbreitet Facebookmitgliedern die Teilnahme an einer Gewinnverlosung zu versprechen, wenn sie den „Gefällt mir“-Knopf drücken und so Fans der Unternehmensseite werden.

Dabei werden in den meisten Fällen die restriktiven Promotions-Richtlinien von Facebook missachtet, die praktisch jegliche Art von Promotion, die nicht ausdrücklich von Facebook genehmigt worden ist, verbieten.

(9.1) Rechtliche Bedingungen

1. An erster Stelle sind die Facebook-Richtlinien für Promotions zu nennen. Diese regeln alle Arten von Promotionen, angefangen bei Spielen, bei denen das Glück oder Los entscheiden, bis zu Wettbewerben, bei denen nach Leistung entschieden wird (z.B. das beste Urlaubsfoto). Diese Richtlinien bestimmen ob die Promotionen auf Facebook statt finden dürfen, auf welche Art und Weise sie durchgeführt werden müssen und wie sie beworben werden dürfen.
2. Neben den Facebookregeln sind auch **Gesetze** zu beachten. So dürfen **Gewinnspiele gegen Entgelt** nicht ohne staatliche Genehmigung veranstaltet werden (Glücksspiel, § 284 StGB), die Gewinnchancen an Kauf von Produkten gekoppelt werden (§ 4 Nr.6 UWG, Nr. 16 im Anhang zu § 3 Abs.3 UWG). Ferner müssen die Teilnahmebedingungen und Gewinne klar beschrieben sein (§ 4 Nr.6 UWG, Nr. 20 im Anhang zu § 3 Abs.3 UWG). Eine **Übersicht der wichtigsten gesetzlichen Regeln** findet sich hier: „Die 15 häufigsten Fehler bei Gewinnspielen, Verlosungen und Preisausschreiben“. Bei Verstößen gegen die Gesetze drohen **Abmahnungen** von Wettbewerbern oder Wettbewerbszentralen. Beim

Verstößen gegen die Facebookregeln droht das Löschen der Aktion oder eine **Sperrung der Seite**.

(9.2) Umsetzung in Apps und Beachtung der Regeln

Wer auf Facebook eine Promotion veranstalten möchte muss drei Voraussetzungen erfüllen:

1. Voraussetzung: Die Promotion findet nur innerhalb einer Applikation statt.

Diese Applikation kann selbstständig laufen oder in die Facebook-Seite über einen Reiter eingebunden werden (Gewinnspielapplikationen gibt es auch als Baukästen, z.B. bei Halalati, Wildefire oder North Social – Gerne ergänzen wir die Liste um Anbieter, die in den Kommentaren genannt werden). Außerhalb dieser Applikation dürfen jedoch keine Gewinnspielaktionen stattfinden. Das bedeutet:

Alle Fan-Aktionen (z.B. „schreibt uns ein Gedicht“, „sagt warum Ihr uns toll findet“, „ladet ein Bild von Euch hoch“, „markiert Euch in einem Bild“, „postet einen Link zu uns auf Eurer Pinnwand“ etc. dürfen nur in der Applikation und nicht auf der Pinnwand der eigenen Facebook-Seite oder auf den Pinnwänden der Fans stattfinden.

Aufrufe wie „**Mit Klick auf ‚Gefällt mir‘ nehmt Ihr automatisch am Gewinnspiel teil**“ oder „**Gewinn wird unter allen Fans verlost**“, sind außerhalb der Gewinnspiel-Applikation nicht erlaubt.

Es ist lediglich **erlaubt eine Gewinnspiel-Applikation auf Fans der Seite zu beschränken und darauf hinzuweisen**. So ist es zulässig zu schreiben „**Nur wer den Gefällt mir Button geklickt hat, darf an dem Gewinnspiel teilnehmen**“. Denn hier ist das „Gefällt mir“ Zugangsvoraussetzung zum Gewinnspiel und nicht eine Gewinnspielhandlung.

Gewinnbenachrichtigungen dürfen nur entweder über die Applikation, per Email oder über sonstige Kanäle, aber keineswegs per Facebook-Nachrichtensystem oder Posts auf eigener Pinnwand oder Pinnwänden der Fans stattfinden. Die Kontaktdaten der Nutzer zwecks Mitteilung des Gewinns dürfen nur über die Applikation erhoben werden.

2. Voraussetzung: Die speziellen Regeln für Gewinnspiele werden beachtet

- Gewinnspiele dürfen sich nur an Personen ab 18 Jahren richten (das kann über eine Applikation gesteuert werden).
- Bestimmte Länder (Belgien, Norwegen, etc.) müssen ausgeschlossen werden (das kann über eine Applikation gesteuert werden).

- Die Promotion darf keine Werbemaßnahme für bestimmte Produktarten (Tabak, Schusswaffen, etc.) sein oder bestimmte Dinge als Gewinne bereithalten (Alkohol, Molkereiprodukte).
- Bestimmte von Facebook vorgegebene **Disclaimer** sind in die Nutzungsbedingungen des Gewinnspiels aufzunehmen (Facebook ist von jeder Verantwortung frei gestellt, alle Anfragen sind an die Gewinnspielveranstalter zu stellen, etc.).
- Viele Regeln wiederholen gesetzliche Vorgaben (z.B. keine Urheberrechte Verletzen, keine Täuschung über Aspekte des Gewinnspiels, keine Koppelung an einen Kauf etc.).

(9.4) Was darf man ohne eine Gewinnspiel-Applikation?

Nicht viel. Alles was man dann tun darf, ist **auf der Facebook-Seite auf Gewinnspiele oder Wettbewerbe zu verweisen** („Nehmt an dem Gewinnspiel auf unserer Seite: <http://... teil!>“), die jedoch **völlig außerhalb von Facebook** statt finden. „Völlig außerhalb“ heißt, dass **Facebook gar nicht in das Gewinnspiel einbezogen** wird. Das bedeutet:

- Facebook darf nicht im Rahmen des Gewinnspiel erwähnt werden,
- Es darf zu keiner Aktion auf Facebook aufgerufen werden und auch
- die Gewinnbenachrichtigung darf nicht über Facebook erfolgen.

Wenn also das Gewinnspiel auf der eigenen Website stattfindet, dann darf die Teilnahmeregel nicht „*Klickt ‚Gefällt mir‘ auf unserer Facebookseite*“ oder „*Klickt den ‚Gefällt mir‘-Button auf unserer Seite*“ oder „*Postet in Eurem Profil einen Link zu uns*“ lauten. Denn zwar steht die Regel auf der eigenen Webseite, aber die Aktion, zu der man aufruft findet auf Facebook und damit nicht „völlig außerhalb“ statt.

D.8.5 (12) Nutzung der Marke Facebook, der Markenlogos und Screenshots

Facebook ist eine starke Marke, die von dem US-Unternehmen mit Bedacht gepflegt und kontrolliert wird. Es ist es Facebooks Absicht, dass Personen und Unternehmen möglichst häufig darauf verweisen, dass sie „auf Facebook sind“. Gleichzeitig möchte es verhindern, dass jemand anderes den Markenwert für seine wirtschaftlichen Zwecke ausbeutet. Daher nimmt Facebook den gesetzlichen Markenschutz in Anspruch und setzt dazu noch eigene Regeln, die die Nutzung der Marke und deren Logos eingrenzen.

(12.1) Rechtliche Bedingungen

- Das Gesetz verbietet es gleich oder ähnlich klingende Marken oder gleich oder ähnlich aussehende Logos im geschäftlichen Verkehr für gleich oder ähnlich klingende Produkte zu benutzen. Ebenso ist es nicht erlaubt, dass eine bekannte Marke positiv wie negativ ausgebeutet wird, auch wenn es sich nicht um ähnliche Produkte handelt (§ 14 Abs.2 MarkenG).
- Die grafischen Logos können zu dem durch das Urheberrecht geschützt sein, wenn sie hinreichend individuell und kreativ sind und nicht lediglich zweckmäßig und alltäglich (§ 2 Abs.1 Nr.4 UrhG).
- Facebook selbst verbietet zunächst in der Nr. 5.6 der Nutzungsbedingungen seine „Urheberrechte und Markenzeichen“ sowie ähnliche und zu verwechselnde Zeichen ohne schriftliche Genehmigung zu verwenden.
- Diese Genehmigungen sind in einem speziellen „Bereich für Markengenehmigungen“ zu finden, in dem die Nutzung der Facebook-Marken, -Logos, -Buttons und -Screenshots erläutert wird. Dort findet sich auch ein Antragsformular mit dem eine über die in diesem Bereich erlaubten Nutzungen angefragt werden können.

Markenrechte sollten unbedingt beachtet werden, weil die Verstöße gegen Markengesetze zu den **teuersten Rechtsfehlern** gehören und Kosten von mehreren Tausend Euro nach sich ziehen können. Facebook kann in solchen Fällen eine **Abmahnung** aussprechen oder eine **Klage** erheben, aber auch das gesamte Konto sperren. Ebenfalls sind **Abmahnungen seitens der Konkurrenz** zu befürchten, wenn Markenrechte verletzt werden.

(12.6) Verwendung der Facebook-Logos

Für die grafischen Facebooklogos gilt zunächst dasselbe, was oben allgemein zu der Facebookmarke gesagt wurde. D.h. wenn man seine Community nicht „Facebook“ nennen darf, dann darf man auch kein Logo verwenden, auf dem „Facebook“ steht. Ein grafisches Logo kann neben dem Schutz als Marke, auch urheberrechtlichen Schutz genießen. Wenn das der Fall ist, dann darf es auch ohne Verwechslungsgefahr nur mit Zustimmung des Markeninhabers verwendet werden.

Dazu muss das Logo aber besonders individuell und kreativ sein, also nicht rein praktisch und alltäglich. Die Facebooklogos, sei es das ausgeschriebene „facebook“ oder das allein stehende „f“, sind jedoch eher praktischer Natur und nicht besonders individuell, werden also eher keinen urheberrechtlichen Schutz genießen.

(12.7) Das ausgeschriebene Facebooklogo

Facebook verbietet im „Bereich für Markengenehmigungen“ die Verwendung des ausgeschriebenen Facebooklogos ohne eine schriftliche Genehmigung.

Dieses Verbot wäre aber nur dann gesetzlich durchsetzbar, wenn das Logo urheberrechtlich geschützt wäre, wovon nicht auszugehen ist. Wer jedoch auf Facebook Werbung schaltet oder dort aktiv ist und dafür Werbung machen will, sollte sich an die Spielregeln halten und das ausgeschriebene Logo nicht verwenden. Denn ist Facebook erst ein Mal eingeschritten und hat die Unternehmensseite gesperrt, kann eine rechtliche Auseinandersetzung lang- und kostenintensiv werden.

(12.8) Das „f“-Logo

Im Gegensatz zu dem ausgeschriebenen Logo erlaubt Facebook grundsätzlich den Einsatz des „f“-Logos. Man kann es sogar im „Bereich für Markengenehmigungen“ herunterladen. Das Logo darf jedoch nur zu den eigenen Facebook-Aktivitäten verweisen und darf grafisch nicht verändert werden.

Auch hier gilt, dass ein urheberrechtlicher Schutz nicht vorhanden sein wird, so dass grafische Veränderungen durch z.B. Künstler, die sich satirisch mit Facebook auseinandersetzen ohne Weiteres möglich sind. Wer aber auf Facebook aktiv ist und keine Streitigkeiten riskieren möchte, der hält sich an diese Vorgaben.

(12.9) Der Like-Button

Grundsätzlich wird der Button von dem Facebook-Social-Plugin beigesteuert. Wer jedoch einen individuellen „Gefällt-mir“-Button gestalten möchte, der muss die Facebookvorgaben beachten. Diese erlauben keine Modifikation des Buttons in seiner Form als Schaltfläche (d.h. mit dem Schaltflächenrahmen um den Inhalt). Nur wenn das eigene Design keine Verwechslung mit dem Original-Button zulässt, also nicht wie eine Schaltfläche aussieht ist die Nutzung möglich. Ferner darf der Button nicht in der Onlinewerbung eingesetzt werden.

Ferner darf der „Gefällt mir“-Button nur im Zusammenhang mit der „Gefällt mir“-Funktion eingesetzt werden. Wer ihn z.B. nutzt um auf der eigenen Webseite Fotos zu bewerten, riskiert ein Vorgehen durch Facebook.

Und auch hier muss gesagt werden, dass der Button keinen urheberrechtlichen Schutz genießt, aber zur Risikovermeidung die Spielregeln von Facebook beachtet werden sollten.

D.8.6 (14) Einsatz von Social-Media-Plugins

Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren von Facebook sind die Social Plugins, die außerhalb der Facebook-Plattform eingebunden werden können. Der prominenteste Vertreter ist der Like-Button (auf deutsch „Gefällt mir“-Schaltfläche), mit dem Nutzer ihre Vorliebe für einen Webinhalt ausdrücken können. Weitere Vertreter

sind unter anderen die Like-Box, der Live-Stream oder Facebook-Kommentare.

Mit diesen Plugins werden Webseiten und Webdienste mit Facebook verknüpft und erlauben Facebook Daten über das Verhalten, Beziehungen und Vorlieben der Internetnutzer auch außerhalb der eigenen Plattform zu sammeln. Facebook bezeichnet dieses Wissen über die Nutzer als den „Social Graph“.

Doch wie so oft, wenn Daten gesammelt und zu Nutzerprofilen verbunden werden, ist die Gefahr von Datenschutzverletzungen nicht weit. Und so stehen auch die Social Plugins unter strenger Beobachtung von Datenschützern, die in ihnen einen Verstoß gegen europäische Datenschutzgesetze sehen.

Zu der Verunsicherung haben auch eine Abmahnung und eine Gerichtsentscheidung wegen zur Nutzung des „Like“-Buttons beigetragen.

(14.1) Rechtliche Bedingungen

- Nach § 12 Abs.1 TMG dürfen Anbieter von Webdiensten (Websites, Blogs, etc.) personenbezogene Daten von Nutzern nur dann erheben, wenn dies gesetzlich erlaubt ist oder die Nutzer darin ausdrücklich eingewilligt haben.
- Gesetzlich erlaubt ist die Erhebung von personenbezogenen Nutzungsdaten gem. § 15 Abs.1 Satz 1 TMG, wenn dies für die Nutzung eines Dienstes „erforderlich“ ist.
- Nach § 13 Abs.1 TMG sind Anbieter von Webdiensten (Websites, Blogs, etc.) verpflichtet den Nutzer „zu Beginn des Nutzungsvorgangs über Art, Umfang und Zwecke der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten sowie über die Verarbeitung seiner Daten in Staaten außerhalb des Anwendungsbereichs“, zu denen die USA gehören, zu unterrichten.
- § 4 Nr.11 UWG bestimmt, dass Verstöße gegen Gesetze, die zumindest auch dazu bestimmt sind das Marktverhalten zu regeln, unlauter sind (und von Mitbewerbern abgemahnt werden können).
- Die Folgen bei Verstoß gegen die Datenschutzgesetze können staatliche Bußgelder, Abmahnungen von Mitbewerbern oder Seitenbesuchern, die sich in Ihrem Recht auf Datenschutz verletzt fühlen, sein. Die Frage ist, wie wahrscheinlich diese Folgen bei Facebooks Social Plugins sind.

(14.2) Werden personenbezogene Daten erhoben?

Personenbezogene Daten sind Angaben, die man ohne unverhältnismäßigen Aufwand zu der Person zurückverfolgen kann. Dazu gehören nicht nur der Name und die E-Mail-Adresse, sondern auch Informationen darüber, welche Seiten man im Internet besucht hat. Nach der gegenwärtigen Tendenz ist auch die IP-Adresse dazu zu rechnen.

Mit Hilfe des Like-Buttons kann Facebook personenbezogene Daten von Besuchern eines Webangebotes gewinnen. Zu diesen Daten gehören das Besuchsdatum, die Uhrzeit des Besuchs, die Webseite, auf der sich der Besucher befindet, der verwendete Browser, das verwendete Betriebssystem und die IP-Adresse.

Bei eingeloggten Mitgliedern kann Facebook diese Daten einem Mitglied zuordnen und damit werden alle erhobenen Daten personenbezogen. Bei nicht eingeloggten Besuchern, kann Facebook zumindest dank der IP-Adresse die oben genannten Informationen personalisieren.

Diese Erhebung personenbezogener Daten wäre zulässig, wenn die Nutzer **eingewilligt** hätten oder sie **gesetzlich erlaubt** wäre.

(14.3) Liegt eine Einwilligung vor?

Zumindest die Mitglieder von Facebook könnten sich bei der Registrierung mit dieser Datenerhebung einverstanden erklärt haben. Jedoch erfüllen die Facebook-Richtlinien nicht die europäischen Voraussetzungen an eine wirksame Einwilligung. Für Personen, die nicht bei Facebook Mitglied sind, liegt erst recht **keine wirksame Einwilligung** vor.

(14.4) Ist die Datenerhebung gesetzlich erlaubt?

Das Gesetz erlaubt die Erhebung personenbezogener Daten nur, soweit dies für die Nutzung eines Dienstes „erforderlich“ ist. Ob ein Like-Button zum Beispiel wegen der Steigerung der Besucherzahlen für eine Website erforderlich ist und ob derjenige, der ihn einbindet bestimmen darf, was erforderlich ist, darüber kann man sich lange streiten.

Aber spätestens die Erhebung von Daten über Besucher, die nicht Mitglieder von Facebook sind, ist **nicht erforderlich**. Denn diese können den Like-Button gar nicht anklicken und so zur Steigerung der Besucherzahlen beitragen.

Folgt man dieser Meinung, liegt mangels einer gesetzlichen Erlaubnis und mangels einer Einwilligung der Websitebesucher in die Erhebung ihrer Daten durch Facebook, ein **Datenschutzverstoß** vor.

(14.5) Ist die Übermittlung der Daten in die USA zulässig?

Die Übermittlung von Daten in die USA ist zulässig, wenn garantiert wird, dass sie dort unter gleichen Datenschutzstandards wie in der EU verarbeitet werden. Das ist grundsätzlich der Fall wenn amerikanische Unternehmen einem so genannten „Safe Harbour“-Abkommen beigetreten sind. Dies ist zwar bei Facebook der Fall, aber es bestehen **erhebliche Zweifel, ob Facebook die Datenschutzstandards tatsächlich einhält**, so dass auch durch die Übermittlung der Besucherdaten in die USA ein Datenschutzverstoß nicht von der Hand zu weisen ist.

(14.6) Wer haftet für die Datenschutzverletzung?

Das Ergebnis lautet also, dass der Like-Button aller Wahrscheinlichkeit nach eine Datenschutzverletzung darstellt.

Diese nimmt zunächst Facebook vor. Doch wer einen Like-Button in eine Seite einbindet, erlaubt Facebook, personenbezogene Daten seiner Besucher zu gewinnen. Deswegen haftet er selbst für die Datenschutzverletzungen, auch wenn sie durch Facebook begangen werden.

(14.7) Ergänzung der Datenschutzbelehrung

Mögen die Fragen zu der Datenschutzverletzung noch zweifelhaft sein, die Pflicht die eigenen Besucher über die Datenerhebung aufzuklären, ist es nicht.

Wer einen Like-Button oder andere Social Plugins einsetzt, muss daher die eigene Datenschutzerklärung ergänzen. Das Muster einer Datenschutzerklärung für die Social-Plugins ist auf spreerecht.de in deutscher und englischer Sprache zu finden.

D.8.7 Haftung für Beiträge auf Seiten

Jeder Betreiber einer Seite haftet für die Inhalte, die er selbst auf seiner Seite veröffentlicht oder teilt. Es ist aber auch nicht unüblich, dass Fans einer Seite dort eigene Beiträge einstellen – Texte, Fotos oder Videos. Dieses Einstellen kann der Betreiber der Seite erst einmal nicht beeinflussen, i.d.R. wird es ja sogar begrüßt, da so die gewünschte Interaktion stattfindet. Dennoch birgt ein solches Einstellen eine Gefahr: dass die so veröffentlichten Inhalte rechtswidrig sind, also z. B. gegen das Urheberrecht oder das Persönlichkeitsrecht verstoßen. Da der Betreiber verantwortlich ist für alles, was auf seiner Seite passiert, ist er dies grundsätzlich auch für fremde (also nicht selbst oder von Mitarbeitern oder beauftragten Agenturen eingestellte) Beiträge verantwortlich.

Das klingt nun schlimmer als es ist, denn das sogenannte Haftungsprivileg erleichtert die Sache für den Betreiber der Seite. Das Haftungsprivileg besagt, dass der Betreiber erst dann haftet, wenn er weiß, dass der Text oder das Foto, Video usw. ein rechtswidriger Inhalt ist und wenn er daraufhin nicht reagiert und den Inhalt entfernt (dies sollte innerhalb einer Frist von 3 bis 5 Tagen geschehen).

Normalerweise wird der Betreiber der Seite sich einen neuen Fan-Beitrag anschauen. Nachgewiesen werden kann ihm das allerdings erst, wenn er „Gefällt mir“ geklickt hat oder den Beitrag kommentiert. Außerdem wird – vor allem bei Fotos – nicht auf den ersten Blick erkennbar sein, ob die Inhalte rechtswidrig sind oder nicht. Hiervon kann er z. B. durch Hinweise des Urhebers oder durch Dritte (nachweislich) Kenntnis erlangen.

Solange nicht ein solcher Nachweis vorliegt, kann er sich auf seine Unkenntnis berufen.

Liegt aber die Kenntnis über eine Rechtsverletzung vor, so muss der Seitenbetreiber umgehend reagieren. Empfehlenswert ist, dass im Falle des Falles der Beitrag nicht einfach nur gelöscht wird, sondern dies auf der Seite begründet wird. So entgeht man dem Generalverdacht, Meinungen oder Inhalte aus persönlichen Gründen unterbinden zu wollen. Außerdem sollte man den Fan, der den Rechtsverstoß begangen hat, verwarnen oder ggf. auch direkt sperren.

Kommt der Seitenbetreiber seiner Haftungspflicht trotz Kenntnis nicht nach, so kann er vom Urheber oder der geschädigten Person haftbar gemacht werden.

Auszüge (außer D.8.3 und D.8.7) aus dem Artikel „Rechtliche Stolperfallen beim Facebookmarketing“ (Mai 2011) von Rechtsanwalt Thomas Schwenke, Rechtsanwaltskanzlei Schwenke, Berlin, www.rechtsanwalt-schwenke.de. Die Veröffentlichung erfolgt mit freundlicher Genehmigung des Autors. Die Kapitelnummern in () geben die Kapitelnummer im Originalartikel an.

Tipp zu D.8.2: Für das Impressum können wir die Facebook-Anwendung „TABMAKER Imprint“ empfehlen.

Teil E: Kopien für den privaten Gebrauch von Musik, Filmen, Büchern und Software - Tauschbörsen

E.1 Kopien zu privaten Zwecken

Musik und Filme auf CDs, DVDs, Videos und anderen Trägern dürfen für den privaten Gebrauch (Familie, enger Freundeskreis) vervielfältigt werden. Dies gilt nur, wenn der Träger **nicht kopiergeschützt** ist (auch wenn der Kopierschutz vielleicht umgangen werden kann - s.u. E.1.1). Auch Texte aus **Büchern** u.Ä. dürfen für den privaten Gebrauch kopiert werden. Bei der Vervielfältigung wird von **einzelnen Vervielfältigungen** ausgegangen. Anders als bei Software (s.u. E.3) darf man Kopien des Originals von Musik- und Film-CDs/-DVDs u.Ä. auch nach dessen Verkauf – natürlich nur zu privaten Zwecken – behalten.

Diese Ausnahmeregelung ist die sogenannte „Privatkopieschranke“.

Das heißt, man kann gekaufte und geliehene (sogar aus Videotheken) CDs, DVDs, Videos kopieren, Fernseh- und Radiosendungen aufzeichnen, Dateien aus dem Internet herunterladen usw. (für aus dem Internet heruntergeladene Filme gibt es allerdings so viele Regeln, dass dies fast nicht legal geschehen kann). Man muss nicht im Besitz des Originals sein (anders bei Software, s.u. E.2). Für diese Vervielfältigung zur privaten Nutzung sind **keine Genehmigung und keine Vergütung** nötig.

Die Vergütung erfolgt durch Abgaben, die im Kaufpreis von CD-Brennern u.Ä. bereits enthalten sind.

Für **Hörbücher** gilt entsprechendes Recht: CDs und Downloads ohne Kopierschutz können kopiert oder auch in ein anderes Format, z.B. MP3, umgewandelt werden. CDs und Downloads mit Kopierschutz verbieten beides.

Frei empfangbare **Radio- und Fernsehsendungen** können zu privaten Zwecken aufgenommen werden – egal auf welchen Träger (DVD, Kassette, Festplatte ...). Auch eine Bearbeitung der Sendung – z.B. das Entfernen von Werbung – ist erlaubt. Dies gilt auch für die Aufzeichnung von Musiktiteln aus **Internetradiosendungen** oder die Verwendung von **Online-Videorekordern** (allerdings können nicht alle Sender online aufgenommen werden, da es teilweise Verbote von Seiten der Sender gibt).

Von Sendungen, die durch ein **Bezahlfernsehen** ausgestrahlt werden, darf nur der eine private Kopie herstellen, der auch Abonnent des entsprechenden Senders ist. Andernfalls würde die Kopie als Umgehung von Kopierschutz gelten.

Ungenehmigte Aufnahmen von **Live-Konzerten** sind in jedem Fall rechtswidrig, auch wenn sie nicht verbreitet, sondern nur privat genutzt werden. Die Privatkopieschranke gilt hier ausdrücklich nicht.

Wichtig ist, dass die Nutzung wirklich **nur zum privaten Gebrauch** erfolgt. Das kann das gemeinsame Hören und Ansehen im Familien- oder Freundeskreis sein oder auch eine CD mit Lieblingsliedern als Geburtstagsgeschenk für einen Familienangehörigen oder engen Freund.

Sobald ein Werk veröffentlicht wird, gelten die oben beschriebenen Genehmigungs- und Vergütungsregelungen! Beispiel: ein Film darf für private Zwecke mit geschützter Musik unterlegt werden; bei einer öffentlichen Auf-führung muss jedoch zunächst die Genehmigung zur Verwendung eingeholt werden. Weder eine öffentliche Aufführung noch ein Verkauf der Kopien ist erlaubt.

E.1.1 Kopierschutz

Da der Kopierschutz nicht umgangen werden darf, ist die private Vervielfältigung von **Filmen** kaum noch möglich, denn DVDs werden standardmäßig mit einem Kopierschutz versehen. Das heißt, dass hauptsächlich noch Videokassetten und Fernsehsendungen vervielfältigt werden können. **Musik-CDs** sind dagegen nicht immer kopiergeschützt. Hier greift die Privatkopierschranke wesentlich häufiger.

Leider ist nicht festgelegt, was genau ein **Umgehen des Kopierschutzes** ist. Weit verbreitet ist die Ansicht, dass es sich um ein Umgehen handelt, wenn zum Kopieren eines kopiergeschützten Mediums ein Programm zur Hilfe genommen wird, das den Kopierschutz knackt. Doch auch, wenn eine CD ohne besondere Maßnahme trotz Kopierschutz kopiert werden kann, sollte man davon ausgehen, dass dies eine rechtswidrige Umgehung ist.

Video- oder Musik-On-Demand-Dienste (z.B. iTunes, musicload) versehen ihre Titel i.d.R. mit genau definierten Rechten, wie viele Kopien angelegt werden dürfen usw. Alles, was über diese Vorgaben hinausgeht, würde wieder als Umgehung des Kopierschutzes gelten. Es gibt Planungen, auch für Fernsehsendungen und Internetradios einen Kopierschutz einzuführen. Sollte dies umgesetzt werden, würde auch das Verbot der Umgehung greifen.

E.2 Tauschbörsen

Vorsicht bei Tauschbörsen! Die Benutzung von Tauschbörsen ist nicht grundsätzlich rechtswidrig. Allerdings sollte man nur anbieten oder herunterladen, wovon man auch tatsächlich die entsprechenden **Rechte besitzt** (z.B. ein selbst komponiertes Lied). Unter Umständen kann es legal sein, sich ein Musikstück zum privaten Gebrauch von einem anderen Nutzer herunterzuladen. Den Titel dann aber selbst wieder anderen zum Download anzubieten, ist auf jeden Fall nicht legal!

Tauschbörsen sind aber auch deshalb fragwürdig, weil der Downloader kaum erkennen kann, ob der Anbieter seine Daten legal oder rechtswidrig bereitstellt. Da i.d.R. Filme und Musiktitel von den Rechtsinhabern nicht in Tauschbörsen zur Verfügung gestellt werden, kann man davon ausgehen, dass sie **nicht legal angeboten** werden. Denn der Kauf einer CD erlaubt kein Bereitstellen der darauf enthaltenen Titel in einer Tauschbörse o.Ä. Ein Download ist in diesem Fall ebenfalls rechtswidrig.

Anders sieht es z.B. bei Titeln aus, die der Urheber zu **Werbezwecken** online bereitgestellt hat. Hier kann man davon ausgehen, dass sie legal eingestellt wurden und somit auch heruntergeladen werden dürfen. Grundsätzlich gilt: Wo nicht eindeutig die legale Einstellung ersichtlich ist – Finger weg vom Download!

Andersherum gilt dies natürlich auch für das **Einstellen** von Film- und Musiktiteln zum Download – wer sich nicht ganz sicher ist, dass er den Titel anderen anbieten darf, sollte dies auf keinen Fall tun, denn eine Verbreitung über Tauschbörsen ist eine öffentliche Verbreitung und hat nichts mehr mit Privatgebrauch zu tun, auch wenn es sich um eine Tauschbörse mit registrierten Nutzern handeln sollte!

Legal ist die Verbreitung dann, wenn der Titel oder die Software von einem selbst komponiert/geschrieben/aufgenommen wurde oder unter einer entsprechenden freien Lizenz steht.

E.3 Kopien von Software zu privaten Zwecken

Software darf i.d.R. nicht kopiert werden, auch nicht zu privaten Zwecken. Ausnahme ist die Anlage **einer einzigen Sicherheitskopie** durch den Inhaber der Software. Bei der Software muss es sich um ein **Original** handeln, was ein bedeutender Unterschied zu den o.g. Regelungen für CDs, DVDs usw. ist. Das heißt auch, dass man die Sicherheitskopie nur solange besitzen darf, wie man das Original besitzt, und die Software auf keinen Fall bei Tauschbörsen anbieten darf. Außerdem darf ausschließlich das Original weiterverkauft werden. Die derzeitige Rechtslage sieht vor, dass die Sicherungskopie auch von kopiergeschützten Trägern angefertigt werden darf. Diese ist aber noch nicht abschließend geklärt und entsprechend mit Vorsicht zu genießen.

E.4 Verkauf bei eBay & Co

Gebrauchte CDs und DVDs mit Musik, Filmen, Software usw. sowie gebrauchte Bücher dürfen **weitergegeben oder verkauft** werden. Dies gilt jedoch nur für **Originale!** Kopien dürfen grundsätzlich nur mit Genehmigung verkauft werden. Bei Software sind allerdings Schulversionen u.Ä. sowie Testversionen i.d.R. ausgeschlossen.

Noch nicht eindeutig geklärt ist, ob auch gekaufte Dateien weiterverkauft werden dürfen. eBay z.B. verbietet den Verkauf von Dateien ausdrücklich.

Übrigens: Da grafische Gestaltungen wie z.B. CD-Cover ebenfalls dem Urheberrechtsschutz unterliegen, dürften diese eigentlich nicht einfach fotografiert und

zum Verkauf z.B. bei eBay veröffentlicht werden. Dank einer Grundsatzentscheidung des Bundesgerichtshofes dürfen Abbildungen von Produkten oder Verpackungen allerdings zum Zwecke des Verkaufs in Werbemitteln abgebildet werden. Diese Grundsatzentscheidung kann auch auf den Verkauf über das Internet übertragen werden. Man sollte allerdings immer daran denken, das Foto selbst zu machen! Eine Privatkopie eines anderen Fotografen oder einer Abbildung aus dem Online-Shop der Plattenfirma darf nicht verwendet werden!

E.5 Sonstige Privatkopien

Auch Texte, Bilder oder Inhalte von Websites dürfen als Privatkopie angelegt werden. Und genauso wie in den oben beschriebenen Fällen gilt diese Regelung so lange, wie die kopierten Werke ausschließlich privat genutzt werden. Sobald sie auf irgendeine Weise öffentlich verbreitet werden, entfällt die Sonderregelung und das Urheberrecht greift voll.

Teil F: Freie Lizenzen: Creative Commons und GNU General Public Licence

Creative Commons (CC) betrifft Inhalte, also Texte, Bilder, Musik, Filme.

GNU General Public Licence (GPL) betrifft Software.

Werke unter der CC- und GPL-Lizenz können (und sollen) von jedem frei verwendet, bearbeitet, weiterentwickelt und verbreitet werden. Allerdings gibt es verschiedene CC-Lizenzen, die einzelne dieser Rechte einschränken können, z.B. in Bezug auf die Bearbeitung, die Weitergabe oder den Verwendungszweck (kommerziell/nichtkommerziell).

Es gibt jedoch einige Regeln zu beachten, vor allem folgende:

- Der Ursprungs-Autor muss immer benannt werden (ggf. auch die Autoren von Weiterentwicklungen).
- Veränderungen/Erweiterungen bzw. neue Inhalte/Software müssen selbst ebenfalls unter der CC-Lizenz bzw. GPL veröffentlicht werden.
- Software, die unter der GPL veröffentlicht wird, muss als Quellcode zur Verfügung gestellt werden.

Websites enthalten in ihren Metadaten bestimmte Angaben, wenn die Inhalte durch die CC freigegeben sind. So ist es möglich, z.B. über Google nicht nur nach bestimmten Suchbegriffen, sondern auch entsprechenden CC-Lizenzen zu suchen.

Mehr Infos unter de.creativecommons.org und www.gnu.de/documents/gpl.de.html.

Teil G: Künstlersozialkasse

Die KSK kommt immer dann in Spiel, wenn wir **selbstständige Künstler und Publizisten** für uns arbeiten lassen – sei es als Grafiker für die Website oder einen Flyer oder als Band bei einer Veranstaltung. Daher ist das Thema KSK in gewisser Weise eng mit dem Urheberrecht verknüpft.

G.1 Was ist die Künstlersozialkasse (KSK)?

Die Künstlersozialkasse ist die Sozialversicherung für diese Selbstständigen. Sowohl Versicherte als auch Auftraggeber müssen einen anteiligen Beitrag in die KSK einzahlen. Daraus folgt, dass jeder, der selbstständige künstlerische oder publizistische Leistungen in Anspruch nimmt, zur Künstlersozialabgabe verpflichtet ist.

G.2 Wann betrifft mich die Künstlersozialkasse?

Jeder, der regelmäßig selbstständige künstlerische oder publizistische Leistungen in Anspruch nimmt, ist zur Sozialabgabe **verpflichtet**. Die eigene Unternehmensform spielt dabei keine Rolle, auch ein eingetragener Verein muss zahlen; auch die steuerrechtlich anerkannte Gemeinnützigkeit ändert nichts.

„Regelmäßig“ heißt bei Veranstaltungen: es werden mind. vier Veranstaltungen mit vereinsfremden Künstlern/Publizisten im Jahr durchgeführt.

„Regelmäßig“ heißt bei Grafikleistungen u.Ä., dass diese Leistungen nicht nur einmalig (gelegentlich), sondern wiederholt – einmal in jedem Jahr oder häufiger – in Anspruch genommen werden.

G.3 Für wen bzw. welche Leistungen sind Beiträge an die Künstlersozialkasse zu zahlen?

Die Künstlersozialabgabe muss immer dann bezahlt werden, wenn **selbstständig tätige Künstler und Publizisten** beschäftigt werden und solche die z.B. als GbR, OHG oder KG tätig sind. Nicht gezahlt werden muss z.B. für GmbHs oder Personen, die im auftraggebenden Unternehmen angestellt sind.

Sie muss **für alle erbrachten Leistungen** bezahlt werden, also sowohl das Honorar als auch Nebenkosten, die dem Künstler erstattet werden. Betroffene Leistungen sind alle Leistungen, die Musik, bildende Kunst oder darstellende Kunst schaffen sowie journalistisch, schriftstellerisch, publizistisch sind; z.B. Printdesign, Webdesign, Illustrationen, Fotografien, Musik/Bandauftritte, Autoren, Kleinkunst, Filmproduktionen, Fortbildungen für künstlerische/publizistische Tätigkeiten usw.

Beachte: Die Abgabepflicht betrifft auch Zahlungen an Personen, die die o.g. Tätigkeiten nicht haupt-, sondern nur nebenberuflich ausüben! Außerdem ist es auch unerheblich, ob die Personen bei der KSK tatsächlich versichert sind oder nicht! Werden solche Tätigkeiten ehrenamtlich erbracht, d. h. werden keine Honorare gezahlt oder Kosten erstattet, müssen dafür natürlich auch keine Abgaben gezahlt werden!

G.4 Wie zahle ich Beiträge an die Künstlersozialkasse?

Wer selbstständige künstlerische oder publizistische Leistungen in Anspruch nimmt, ist verpflichtet, sich selbst bei der KSK **als zahlungspflichtig zu melden** (gesetzliche Meldepflicht).

Künftig müssen dann alle über das Jahr gezahlten Honorare und Nebenkosten aufsummiert und mit einem Meldebogen, den die KSK versendet, bis zum 31.3. des Folgejahres an die KSK gemeldet werden. Jährlich wird ein Abgabesatz neu festgelegt, den man von der Gesamtsumme der gezahlten Beträge an die KSK zahlen muss (zurzeit um die 5%). Die Zahlung erfolgt per Vorauszahlung, d. h. auf Basis der Meldung des Vorjahres zahlt man das laufende Jahr über monatlich den entsprechenden Beitrag. Hat man im laufenden Jahr mehr Beträge gezahlt, muss nachgezahlt werden und der monatliche Beitrag wird aufgestockt. Hat man im laufenden Jahr weniger gezahlt, wird entsprechend weniger berechnet und auf Antrag erstattet.

Beachte: Inzwischen wird die Prüfung der Abgabepflicht und der gemeldeten Beträge von der Deutschen Rentenversicherung und nicht mehr durch die KSK selbst durchgeführt. Dadurch ist ein Verzicht der Meldung wesentlich riskanter geworden, denn die DRV kann wesentlich mehr Prüfungen durchführen. Außerdem werden die Beiträge für bis zu 5 Jahre rückwirkend eingezogen, wenn man sich erst später anmeldet. Die Sache hat aber auch einen Vorteil: Da jetzt mehr Auftraggeber ihre Beiträge melden, ist der zu zahlende Prozentsatz gesunken.

Mehr Informationen gibt es unter www.kuenstlersozialkasse.de.

Dort stehen z.B. verschiedene Merkblätter zum Download bereit. Dabei gibt es auch einen Erhebungsbogen, mit dem man prüfen lassen kann, ob man abgabepflichtig ist.

Teil H: Adressen / Literatur- und Linkempfehlungen

H.1 Adressen

GEMA - Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte

Internet: www.gema.de

E-Mail: gema@gema.de

Dort findest du die Adressen der Generaldirektionen in Berlin und München unter www.gema.de/wirueberuns/adressen/generaldirektionen/ sowie der Bezirksdirektionen in Augsburg, Berlin, Dresden, Hamburg, Hannover, München, NRW, Nürnberg, Stuttgart und Wiesbaden unter www.gema.de/wirueberuns/adressen/bezirksdirektionen/.

GEMA-Meldestelle der EKD

Evangelische Kirche in Deutschland

Referat Urheberrecht

- GEMA-Meldestelle -

Herrenhäuser Str. 12

30419 Hannover

Tel. 0511 2796-0

Internet: www.ekd.de

E-Mail: info@ekd.de

Verwertungsgesellschaft Musik

Internet: www.vg-musikedition.de

E-Mail: info@vg-musikedition.de

Königstor 1A

34117 Kassel

Tel.: 0561 109656-0

Verwertungsgesellschaft Wort

Internet: www.vgwort.de

E-Mail: vgw@vgwort.de

Goethestraße 49

80336 München

Tel. 089 51412-0

Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst

Internet: www.bildkunst.de

E-Mail: info@bildkunst.de

Köthener Straße 44

10963 Berlin

Tel. 030 2613879

GVL - Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten mbH

Internet: www.gvl.de

E-Mail: gvl@gvl.de

Podbielskiallee 64

14195 Berlin

Tel. 030 48483600

CCLI Lizenzagentur

(Christian Copyright Licencing Deutschland GmbH)

Internet: www.ccli.de

E-Mail: kontakt@ccli.de

Bahnhofstr. 17

58507 Lüdenscheid

Tel. 02351 6717232

MPLC Filmlizenzierung GmbH

Internet: www.mplc-gmbh.de

E-Mail: info@mplc-gmbh.de

Rudolf-Diesel-Strasse 22

64331 Weiterstadt

Tel: 06150 108569

Künstlersozialkasse

Internet: www.kuenstlersozialkasse.de

E-Mail: auskunft@kuenstlersozialkasse.de

Gökerstraße 14

26384 Wilhelmshaven

Tel. 04421 7543-9

Die Landeskirchen der EKD

Die vollständige Liste findest du unter www.ekd.de/kirche/kirchen.html.

Deutscher EC-Verband

Internet: www.ec-jugend.de

E-Mail: kontakt@ec-jugend.de

Leuschnerstraße 74

34134 Kassel

Tel. 0561 4095-0

Musik-Pool des EC von MASTERTRACKS

Die Nutzung ist ausschließlich EC-Landesverbänden und EC-Arbeiten gestattet.

Die GEMA-freie Musik für die Nutzung in Produktionen der EC-Landesverbände und ECJugendkreise erfolgt direkt über die Website von Mastertracks (www.mastertracks.de). Dort muss man sich einloggen und kann dann den riesigen Pool mit über 1000 Songs nutzen. Die Rechte zahlt der Deutsche EC-Verband jährlich pauschal für alle EC-Arbeiten. Eine Meldung oder Gebühr bei der GEMA ist nicht nötig.

Die Login-Daten können beim Deutschen EC-Verband erfragt werden: christian.mempel@ec-jugend.de. Die Freigabe erfolgt jeweils für ein Jahr.

Siehe auch Kapitel B.5.

H.2 Websites und Literatur zum Nachschlagen und Informieren

H.2.1 Websites A-Z

www.allfacebook.de und www.facebook.com/marketingde	(Informationen rund um Facebook)
www.archive.org	(Links zu Netlabels mit kostenloser Musik für die Filmproduktion)
www.bpb.de/urheberrecht	(Bundeszentrale für politische Bildung, Thema Urheberrecht)
www.catprotect.de	(Ein kleines Onlinespiel des Börsenvereins, um (nicht nur) Kinder für das Thema Urheberrecht zu sensibilisieren)
www.ccli.de	(inkl. allgemeiner Informationen zum Urheberrecht in Gemeinden)
de.creativecommons.org	(Informationen zur CC-Lizenz)
www.filmbibel.de	(Informationen für Filmemacher)
www.gema.de	(offizielle Seite der GEMA)
www.gratisvibes.vom	(Linksammlung zu Netlabels mit kostenfreier Musik)
www.gvl.de	(offizielle Seite der GVL)
www.hoerspielbox.de	(Soundarchiv, frei von Verwertungsrechten)
www.ifross.de	(Informationen zu Rechtsfragen von Open-Source-Software)
www.imdb.de/find?s=all&q	(Suchmaschine, welcher Film von welchem Filmstudio ist)
www.iRights.info	(Portal zum Thema Urheberrecht)
www.jurawiki.de	(Juristisches Wiki)
www.klicksafe.de	(Portal zum Thema Internet)
www.kuenstlersozialkasse.de	(offizielle Seite der KSK)
www.lehrer-online.de/recht.php	(Portal mit umfangreichen Infos rund um Rechtsfragen)
www.medienrehvier.de	(Fotos, Grafiken, Vorlagen - kostenlos für Gemeinden)
www.mplc-gmbh.de	(offizielle Seite der MPLC)
www.musikzapfsaeule.de	(Creative Commons Musik im Web)
www.myownmusic.de > FAQs	(Informationen rund um Musikrechte)
www.netzcheckers.de	(Infos zu Creative Commons, unter CC veröffentlichte Musik)
www.piwik.de	(Statistiktool für Websites - Alternative zu Google Analytics, Open-Source (GPL lizenzierte) Software)
www.pixelio.de	(kostenlose Bilddatenbank für lizenzfreie Fotos)
www.podcast.de	(Informationen rund um Podcasts)
www.rechtsanwalt-schwenke.de/blog und www.facebook.com/raschwenke	(Infos rund um Datenschutz, Urheberrecht, Rechtsfragen im Web)
www.schnelle-foto-suche.de	(Überblick über Bildagenturen und Bildsuchmaschinen)
www.urheberrecht.org	(Informationen zum Urheberrecht)
www.vg-musikedition.de	(offizielle Seite der VG Musikedition)
www.vgwort.de	(offizielle Seite der VG Wort)
www.vzbv.de	(Verbraucherzentrale Bundesverband)

H.2.2 Bücher

- klicksafe: „Nicht alles, was geht, ist auch erlaubt!“ (Broschüre erhältlich unter www.klicksafe.de)
- iRights.info: „Urheberrecht im Alltag – Kopieren, bearbeiten, selber machen“ (Band 655, Bundeszentrale für politische Bildung)
- J.Hofmann (Hrsg.): „Wissen und Eigentum – Geschichte, Recht und Ökonomie stoffloser Güter“ (Band 552, Bundeszentrale für politische Bildung)
- Handreichung Urheberrecht der Evangelischen Kirche in Deutschland (www.ekd.de)
- J.-O. Müller: Recht so! Das neue juristische Handbuch für Gemeinde und Kirche