



Kurzer Prozess

Rechtswissen für Existenzgründung und Journalistenalltag

Christian Zappe

Workshop im Rahmen des Praxistages **Geld verdienen mit Online-Journalismus – Neue Geschäftsmodelle** im Lokalen am 29. September 2015 in Düsseldorf

Kurzer Prozess

Das Handout und die folgenden Checklisten sind nur eine Orientierungshilfe. Sie erheben angesichts der vielen denkbaren Fallgestaltungen und branchenspezifischen Besonderheiten natürlich keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie ersetzen insbesondere keine Rechtsberatung im Einzelfall.

Die wichtigsten Fragen

- Bin ich Freiberuflicher?
- Möchte ich als Freiberufler mit einem/einer Partner/in zusammenarbeiten?
- Wie soll ich mein Unternehmen benennen?
- Was muss ich beim Eintritt in eine Bürogemeinschaft beachten?
- Wo muss ich mich anmelden?
- Was ist die Künstlersozialkasse (KSK)?
- Muss mich die KSK aufnehmen?
- Was braucht das Finanzamt von mir und brauche ich einen Steuerberater?

Meine Idee und mein USP

- Alleinstellungsmerkmal finden
- Marke ICH
- Meine Idee auf dem Prüfstand
- Alleinstellungsmerkmal für Produkte und Dienstleistungen
- Berufsfelder definieren:
 - Journalismus und Text
 - Public Relations
 - Radio, Film und Fernsehen
 - Internet, Online-Portale und Social-Web

Honorare

- Kalkulatorischer Stundensatz
- Private Ausgaben
- Betrieblich bedingte Ausgaben
- Preisfindung mittels Zielgruppe und Wettbewerb
- Honorarniveau und Honorarübersicht, z.B. Honorarliste DJV
- Honorar und Umsatzsteuer

Marketing für IHR Business

- Kontakte und Netzwerke
- Entwicklung von Dienstleitungen
- Marketing-Ziel, Selbstmarketing
- Zielgruppe und Wettbewerb
- Networking
- Empfehlungsmarketing und Referenzen
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Kunden binden

Businessplan

Inhalt: Existenzgründung in den freien Journalismus

1. Persönliche Ausgangssituation (Lebenslauf im Anhang)
2. Journalistische Kompetenzen
3. Marketing Kompetenzen
4. PR Kompetenzen

Businessplan

5. Tätigkeitsbeschreibung als freie Journalistin/freier Journalist

- ✓ Feste Autorenverträge
- ✓ Veröffentlichungen
- ✓ Weitere mögliche Auftraggeber
- ✓ Journalistische Tätigkeit
- ✓ Online-Journalismus
- ✓ Public Relations
- ✓ Faktoren für meinen Geschäftserfolg

Businessplan

6. Gründungsvorhaben (Rechtsform, GbR, GmbH etc.)
7. Investitionsaufwand
8. Marktbeobachtung
9. Meine Standortsituation
10. Eigenmarketing-Maßnahmen
11. Geschäftsverbindungen
12. Umsatz- und Rentabilitätsvorschau

Unternehmensfinanzierung

- Bankkredite
- Eigenkapital
- Existenzgründer- und Unternehmerkredite
- Bankgeschäfte vorbereiten
- Zuschuss der Arbeitsagentur
- Berechnung des Arbeitslosengeldes
- Arbeitslosenversicherung

Gesellschaftsformen

- Freiberufler
- Bürogemeinschaft
- Die GbR und Partnergesellschaft
- Gewerbliche Personengesellschaften
 - UG, GmbH und Limited
 - OHG und KG

Buchhaltung und Steuern

- Wer macht die Buchhaltung?
- Steuerberater
- Einfache Buchführung
- Belege verwalten
- Rechnungen schreiben und verwalten
- Eingänge und Ausgänge auf dem Geschäftskonto
- Wie viele Steuern als Freiberufler oder als Unternehmen?



Aufträge und Verträge

- Mietvertrag
- Aufträge
- Allgemeine Geschäftsbedingungen
- Werk- und Dienstverträge
- Urheberrecht
- Zahlungsausfälle
- Prävention
- Mahnungen



Versicherungen und Vorsorge

- Berufshaftpflicht
- Krankenversicherung und Pflegeversicherung
- Berufsgenossenschaft
- Arbeitslosenversicherung
- Altersvorsorge
- Künstlersozialkasse
- Presseversorgungswerk
 - Die Versorgungswerk der Presse GmbH ist bei Zeitungen und Zeitschriften die tariflich vereinbarte Pflichtversicherung für angestellte Redakteure, die von Verlagen bezuschusst wird. An Rundfunkanstalten werden auch Zuschüsse für Freie gezahlt.

Meine Urheberrechte

Welche Rechte habe ich als Urheber an meinen Text-, Wort- und Bildbeiträgen?

- Der Urheber hat das Recht, über die Vervielfältigung, Verbreitung und Veröffentlichung seiner Text-, Wort- und Bildbeiträge selbst zu entscheiden.
- Ohne seine Zustimmung dürfen Dritte die Beiträge nicht nutzen.
- Angemessene Vergütung bei einer Überlassung der Nutzungsrechte.
- Der Urheber kann die Nutzungsrechte auch widerrufen (evtl. Entschädigung des Erwerbers).

Meine Urheberrechte

- Der Urheber hat das Recht als Urheber genannt zu werden und kann entstellende Veränderungen an seinem Beitrag untersagen.
- Die Urheberrechte an Text-, Wort- und Bildbeiträgen sind vererbbar und erlöschen 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers.
- Der Urheber kann bei einer Verletzung seiner Urheberrechte Unterlassung und Schadensersatz verlangen.
- Internationaler Urheberrechtsschutz auch in anderen Ländern gesichert durch das Welturheberrechtsabkommen.

Verwertungsgesellschaften

- Urheber von Text-, Wort- und Bildbeiträgen sowie Musik, Film- und Tonaufnahmen können nicht kontrollieren, in welchem Rahmen ihre Werke genutzt werden.
- Verwertungsgesellschaften übernehmen diese Kontrollaufgabe für den Urheber.
- Die Rechtewahrnehmung des Urhebers erfolgt grundsätzlich nur bei Abschluss eines Wahrnehmungsvertrages.
- Eine Verwertungsgesellschaft erzielt keine Gewinne.

Was ist eine Verwertungsgesellschaft?

- Eine Verwertungsgesellschaft ist eine Institution, die Urheberrechte oder verwandte Schutzrechte treuhänderisch für eine große Anzahl von Urhebern oder Inhabern verwandter Schutzrechte zur gemeinsamen Auswertung wahrnimmt.
- Zahlung einer Nutzungsgebühr/Lizenz bei Verwendung von fremden Text-, Wort- und Bildbeiträgen sowie Musik, Film- und Tonaufnahmen.

Die VG-Wort

Welche Aufgabe hat die VG Wort?

- Die VG Wort nimmt bei Abschluss eines Wahrnehmungsvertrages die Urheberrechte von Autoren und Journalisten wahr.

Wie melden sich Journalisten bei der VG Wort an?

- Die Anmeldung zum Onlinemeldeverfahren erfolgt auf der Website der VG Wort.
- Dort können die Vertragsunterlagen angefordert oder der Wahrnehmungsvertrag direkt online ausgefüllt werden.

<https://tom.vgwort.de/portal/login>

Verwertungsgesellschaften

1. Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA), vertritt das so genannte „Weltrepertoire“ urheberrechtlich geschützter Musik. www.gema.de
2. Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten (GVL), nimmt die Leistungsschutzrechte für ausübende Künstler, Tonträgerhersteller und Musikvideoproduzenten wahr. www.gvl.de
3. Verwertungsgesellschaft Wort (VG Wort), nimmt die Rechte der Autoren von Sprachwerken aller Art und den Verlagen wahr. www.vgwort.de
4. Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst (VG Bild-Kunst), nimmt die Erst- und Zweitverwertungsrechte für visuelle Werke wahr. www.bildkunst.de

Die eigene Social-Media-Präsenz

Rechtliche Probleme im Social Web

- Urheberrecht
- Persönlichkeitsrecht
- Markenrecht
- Wettbewerbsrecht
- Arbeitsrecht
- Strafrecht
- Datenschutzrecht
- Hausregeln/AGB's der Social-Media-Dienste

Die Wahl eines Accounts

Checkup:

1. Prüfen, ob die geplante Nutzung zulässig ist.
2. Die geschäftliche Nutzung ist in der Regel nur gegen Zahlung eines Mitgliederbeitrags zulässig.
3. Unterscheiden zwischen persönlichen und Unternehmensprofilen, ob eine Seite oder Fan Page angelegt wird.
4. Wird ein persönliches Profil geschäftlich genutzt, müssen die Spielregeln des Wettbewerbsrechts und die Impressumspflicht beachtet werden.

Namensgebung Ihres Accounts

Checkup:

1. Prüfen, ob der geplante Account-Name zulässig ist.
2. Unproblematisch, wenn man sich mit seinem bürgerlichen Namen oder geschützten Unternehmens- und Markennamen anmeldet.
3. Bei neuen Namen prüfen, ob Namens-, Marken oder Titelrechte bereits vergeben sind. Recherche im Web oder Auskunft bei den Markenämtern (Deutschland/EU) einholen.
4. Die Namensvorgaben der Anbieter beachten. Zum Beispiel verbietet Facebook Großschreibung, Symbole und Slogans in Namen.

Impressumspflicht

- Social-Media-Präsenzen unterliegen wie die meisten Webseiten grundsätzlich der Impressumspflicht, weil die Betreiber Texte und Bilder einstellen, werben und mit Nutzern kommunizieren.
- Gilt z.B. für: Facebook, Twitter, Google+ oder YouTube
- Umstritten ist die Impressumspflicht bei beruflich genutzten Profilen wie XING und LinkedIn.

Inhalt des Impressums

- Impressumsgenerator verwenden für die eigene Website und den eigenen Social-Media-Auftritt.

Zum Beispiel:

- <http://anbietererkennung.de>
- <http://www.impressum-generator.de>
- Es gilt § 5 Telemediengesetz (TMG): „Eine Anbieterkennung muss derjenige auf seiner Website führen, der geschäftsmäßig einen Telemediendienst betreibt.“

Voraussetzung des Impressums

- Das Impressum muss für den Nutzer einfach zu erkennen und unmittelbar erreichbar sein.
- Bei Social-Media-Profilen ausreichend mit 2-Klicks.
- Rubriken wie Impressum, Anbieterangaben, Kontakt, Mich oder über Mich sind ausreichend. Problem - Ausländische Anbieter bieten oft kein Impressum.

Nutzung von Bildern und Videos

- Die Rechte für die Nutzung der Bildern und Videos einholen, bevor diese in Social-Media-Profilen verwendet werden.
- Rechte des Fotografen vs. Rechte der Abgebildeten
- Rechteinhaber um Einwilligung fragen (Profilbilder und Coverbilder in der Timeline). Die Zahl der Abmahnungen steigt besonders in diesem Bereich wegen Urheberrechtsverstößen.

Fotos aus Stockarchiven

- Bei gekauften Bildern die Lizenzbedingungen beachten.
- Die Nutzungsbedingungen stehen in einem sog. Lizenzvertrag.
- Stockarchive verbieten i.d.R. eine weitere Einräumung von Bildrechten gegenüber Dritten z.B. Facebook, Google+ und YouTube.
- Social Media Plattformen bieten ihren Nutzern die Möglichkeit, ihre Werke mit einer sog. Creative-Commons-(CC-) Lizenz zu versehen.

Haftung für Nutzerbeiträge

- Social Media bietet die Möglichkeit, dass Inhalte von den Nutzern beigesteuert werden können, z.B. Bilder hochladen, Beiträge bei Facebook posten oder in Blogs kommentieren und Links hinterlassen.
- Sind die Inhalte rechtswidrig (z.B. Beleidigungen, Unwahrheiten oder Urheberrechtsverstöße) haftet der Betreiber der Online-Präsenz.
- Deshalb gilt: „Beachten Sie die eigener Überwachungspflicht Ihrer Social-Media-Präsenz“.

Wettbewerbsrecht und Werberichtlinien

- Grundsatzregel im Social Media Marketing: „Keine Aussagen über und Vergleiche mit Konkurrenten“.
- Vermeiden Sie Superlativen wie „wir sind die schnellsten“, „wir haben die größte Reichweite“ oder „wir können es am besten“. Oder Vergleiche wie, „besser“ oder „schöner“.
- Diese Aussagen können alle Konkurrenten herabsetzen und sind abmahnfähig. Das gilt auch für Vergleiche mit direkten Konkurrenten sowie deren Produkte und Leistungen.

Datenschutz und Datenschutzerklärung

- In Deutschland sind Anbieter von Online-Portalen verpflichtet, die Nutzer darüber zu informieren, welche Daten von ihnen gesammelt, verwendet und an Dritte übermittelt werden.
- Die Nutzer müssen über ihrer Rechte zur Auskunft, Korrektur und Löschung von Daten aufgeklärt werden.
- Jede Website und jedes Blog benötigt eine Datenschutzerklärung. Innerhalb von Social-Media-Plattformen ist keine eigene Datenschutzerklärung erforderlich. Die Daten werden von den Plattformbetreibern gesammelt und nicht vom Account Betreiber der Social-Media-Präsenz.

„Like“-Buttons auf Websites

- Webseiten-Betreiber sind verpflichtet, die Nutzer über die Verwendung des „Like“-Buttons in einer Datenschutzerklärung aufzuklären.
- Risiko mindern mit der 2-Klick-Lösung. Verfügbar als Plug-Ins für die wichtigsten CMS- und Blogging Systeme.
- Der „Like“-Button wird erst nach einem Klick auf eine Platzhaltergrafik geladen und der Nutzer wird vorab über den Datenaustausch informiert.