ConventionCamp 2011 Session:
Media-Risk-Clinic – Haftungsrisiken im (New) Media Business unter der Lupe

Philipp Locher, Dipl. Kaufmann (iBWL) – Finance & Information
Account & Projektmanager bei exali

Ausgangssituation

Medienberufe befinden sich wie das Internet in einem ständigen Wandel. Heute noch Web 2.0 – morgen ist das schon ein alter Hut und man diskutiert über das Web 3.0. In unserer durch das Internet dominierten Informationsgesellschaft entstehen im Medienbereich immer neue Berufe und Tätigkeitsfelder. Wer kannte vor ein paar Jahren den Beruf des SEO-Experten oder Social Media Marketers? Heute ist professionelles e-Commerce-Business ohne sie nicht vorstellbar.

Die Kehrseite der Medaille: Oft begibt sich der Medienschaffende oder Webworker auf „dünnes Eis". Denn es gibt wenig Erfahrungswerte in diesen neuen Bereichen. Beispiele von Fails bei Social Media Kampagnen belegen das plastisch. Und wenn der „Shitstorm" vorbei ist, beginnt die Suche nach dem Verantwortlichen. Schnell gerät so der Social Media Marketer in die Schusslinie.

Das zweite Spannungsfeld sind die rechtlichen Fallstricke, welche in der professionellen Nutzung von YouTube, Facebook, Twitter & Co lauern. Die Themen Datenschutz, sowie Verstöße gegen das Urheber-, Marken-, Namens- und Persönlichkeitsrecht werden nicht nur in den Communities Non-Stop und heiß diskutiert.

Doch in vielen Fällen muss man feststellen, dass die Rechtsprechung den Entwicklungen der Medienlandschaft und der modernen Informationsgesellschaft hinterher hinkt. Insofern ist es gar nicht so einfach „alles richtig zu machen". Denn welche Kampagnen im Social Web noch rechtlich zulässig sind und wo der Bogen überspannt wird, darüber sind sich oft nicht einmal die Juristen einig.

Andere wiederum haben nur ein Ziel: Aus den rechtlichen Grauzonen und der Unwissenheit Kapital zu schlagen. Wiederkehrende Abmahnwellen belegen dies.

1. Problemstellung

Technischer Fortschritt und die damit verbundenen rechtlichen Fallstricke erzeugen Haftungsrisiken bei Webworkern und Medienschaffenden, die existenzbedrohend sein können. Daher wird der Ruf nach zukunftsorientierter beruflicher Absicherung immer lauter, um den Entwicklungen und Risiken Rechnung zu tragen. Doch wie muss solch ein zeitgemäßer Versicherungsschutz aussehen? Und sind die vielfältigen Haftungsrisiken im New Media Business überhaupt versicherbar?

2. Herkömmliche Betriebshaftpflicht ist nicht geeignet

Eine traditionelle Betriebshaftpflichtversicherung, wie sie beispielsweise Handwerker haben, ist im Medienumfeld völlig unzureichend. Eine klassische Betriebshaftpflicht versichert nämlich lediglich Personen- und Sachschäden sowie daraus resultierende Folgeschäden (versicherungstechnisch so genannte **unechte Vermögensschäden**).

Medienschaffende verursachen jedoch häufig keine Personen- oder Sachschäden, sondern einen finanziellen Nachteil (versicherungstechnisch einen so genannten **reinen Vermögensschaden**). Beispiele hierfür:

- Umsatzausfall eines Webshops nach Programmierfehler
- Urheber-, Marken- oder Persönlichkeitsrechtsverletzung
- Google Penalty bei einem Kunden
- Fehler in der Druckvorstufe
- Versehentliches Löschen von Kundendaten
- Schäden durch Weitergabe virenbehafteter Dateien
- Verwendung geschützter Keywords bei SEM / SEO
- Wettbewerbsrechtliche Verstöße in einem Blog oder Forum
- Verbreitung von Fehlinformation

Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadenhöhe von Vermögensschäden im (New) Media Business. Quelle: exali

3. Vermögensschadenhaftpflicht

Wie diese. Bespiele zeigen, ist die Absicherung von reinen Vermögensschäden für Medienberufe essentiell. Sie können über eine Vermögensschadenhaftpflicht versichert werden, die deshalb ein äußerst wichtiger Bestandteil einer zeitgemäßen Media-Haftpflicht ist.

exali Tipp: Achten sie darauf, dass in der Vermögensschadenhaftpflicht Rechtsverletzungen nicht generell oder bei grober Fahrlässigkeit ausgeschlossen sind. Unter Rechtsverletzungen – auch Verletzung von Schutzrechten Dritter genannt – fallen die Verletzung von

- Urheberrechten
- Persönlichkeitsrechten
- Namensrechten
- Markenrechten
- Wettbewerbsrechten
- Lizenzrechten.

In diesem Kontext sollten auch Ansprüche wegen

- der Veröffentlichung von Inhalten für eigene Produkte oder Dienstleistungen,
- der Weitergabe vertraulicher Informationen sowie
- der Übermittlung von Viren, Würmern und trojanischen Pferden

versichert sein.

4. Passiver Rechtschutz

Wie eingangs bereits festgestellt, bewegen sich Medienschaffende und Webworker häufig auf rechtlich unsicherem Terrain. Die uns gegenüber häufig erwähnte Befürchtung sich eine teure Abmahnung „einzufangen“, bestätigt dies. Daher ist es wichtig, dass die Media-Haftpflicht auch Kosten übernimmt, die z.B. durch fragliche Abmahnungen und Unterlassungsforderungen entstehen.

Versicherungstechnisch nennt man diese Kostenübernahme **„Passiver Rechtschutz“** für die Abwehr ungerechtfertigter Ansprüche. Als Kosten werden dabei z.B. Anwalts-, Gutachter-, Zeugen- und Gerichtskosten übernommen. Wichtig ist dabei, wie bereits unter Punkt 3 erwähnt, dass Rechtsverletzungen umfassend versichert sind.

Klarstellung: Viele meinen fälschlicherweise, eine Media-Haftpflicht würde erst „ins Spiel“ kommen, wenn die Rechtslage geklärt und der Anspruch klar erwiesen ist. Dies ist jedoch nicht richtig: Die Media-Haftpflichtversicherung hat auch die Aufgabe zu prüfen, ob und in welchem Umfang eine Haftung besteht und wie hoch der tatsächliche Schaden ist.
Aber: Der Passive Rechtsschutz hat nichts mit der aktiven Durchsetzung eigener Ansprüche zu tun. Die Leistung gilt allein der Abwehr fremder Ansprüche.

5. Der Zukunft Rechnung tragen: Offene Deckung

Wie in der Einführung angesprochen, unterliegen die neuen Medienberufe im Hinblick auf das Tätigkeitsspektrum einem ständigen Wandel. Neue Aufgaben kommen hinzu, für die es heute noch gar keine einheitlichen Bezeichnungen oder Tätigkeitsbeschreibungen gibt.

Das Problem: Versicherungen definieren das versicherte Risiko in der Regel durch eine abschließende Aufzählung der versicherten Tätigkeiten (versicherungstechnisch nennt man das **Katalogdeckung** oder im englischen Named Perils Deckung).
Klingt praktisch, ist aber riskant, wenn projektabhängig immer wieder neue Aufgaben und durch die Einflüsse und die Weiterentwicklung des Internets immer neue Tätigkeitsfelder entstehen. Wird eine Tätigkeit nicht als versichertes Risiko genannt, führt dies zu Versicherungslücken.

Die Abhilfe: Der Versicherer fasst die Definition der versicherten Tätigkeit sehr weit (man spricht dann auch von „**Offener Deckung“**).
Zum Beispiel: „Versicherungsschutz besteht für Tätigkeiten in der Werbebranche, insbesondere als Werbeagentur, Public-Relations-Agentur, Marketing-Agentur, Grafik-Designer, Web-Designer oder Marktforschungsinstitut“.
Durch die „Offene Deckung“ wird der Versicherungsschutz **zukunftsfähig**, da neue Tätigkeitsfelder im Medienumfeld, wie der Bereich Social Media Marketing, als Tätigkeit in der Werbebranche automatisch – ohne explizite Nennung – mitversichert sind!

Fazit:

Eine zeitgemäße, aber auch zukunftsfähige Media-Haftpflicht sollte folgende Kriterien erfüllen:

1. Versicherungsschutz für reine Vermögensschäden

2. Passiver Rechtsschutz (auch für Rechtsverletzungen)

3. Offene Deckung

Fragen zur Musikrechtsverletzung – speziell, ob die aktive Durchsetzung eigener Ansprüche versichert ist.

Die aktive Durchsetzung von eigenen Ansprüchen ist **nicht** über eine Haftpflichtversicherung (Media-Haftpflicht) versichert.

Hintergrund: Die Media-Haftpflicht versichert allgemein gesprochen Ansprüche **Dritter**, die gegen den Medienschaffenden oder die Agentur aufgrund der beruflichen bzw. gewerblichen Tätigkeit gestellt werden. Ein „Dritter" kann ein Kunde oder Auftraggeber sein – also jemand, mit dem man in einer Geschäftsbeziehung steht, oder eine sonstige Person bzw. Firma (z.B. der Urheber einer Software oder der Komponist eines Musikstücks).

Dabei bietet die Media-Haftpflicht im Wesentlichen drei Leistungskomponenten:

- **Prüfung von Ansprüchen**: Der Versicherer prüft im Schadenfall, ob und in welcher Höhe der Medienschaffende / die Agentur im konkreten Fall haftet.
- **Schadenzahlung**: Muss Schadenersatz gezahlt werden, übernimmt der Versicherer diese Kosten bis zur Höhe der Versicherungssumme (auch Deckungssumme genannt).
- **Schadenabwehr auf Kosten des Versicherers**: Der Versicherer wehrt z.B. unberechtigte oder überhöhte Schadenersatzforderungen sowie Abmahnungen ab. Im Versicherungsjargon nennt sich das **„Passiver Rechtsschutz"**.

Im Rahmen des „Passiven Rechtschutzes" werden u.a. folgende Kosten im Zusammenhang mit einem versicherten Schadenfall übernommen: Anwalts-, Sachverständigen-, Zeugen- und Gerichtskosten. «Passiv» bedeutet in diesem Zusammenhang, dass sich die Leistung auf die Abwehr eines fremden Anspruches (z.B. vom Auftraggeber) bezieht und nicht auf die «aktive» Durchsetzung eigener Ansprüche.

Alternative Rechtsschutzversicherung?
Mit einer Rechtsschutzversicherung (z.B. Firmenrechtsschutz) kann die Durchsetzung eigener Ansprüche – d.h., die Anwalts- und Verfahrenskosten – versichert werden. Jedoch gibt es für den Medienbereich wichtige Leistungsbereiche, die **nicht** oder nur sehr eingeschränkt versichert sind. Zum Beispiel:

- Rechtsschutz in ursächlichem Zusammenhang mit **Rechtsverletzungen** von Dritten (z.B. Marken-, Urheber-, Geschmacksmuster- , und Gebrauchsmusterrechten) oder sonstigen Rechten aus geistigem Eigentum.
- Rechtsschutz in Zusammenhang mit dem **Kartell- oder sonstigem Wettbewerbsrecht**.
- Die Wahrnehmung rechtlicher Interessen aus schuldrechtlichen Verträgen, die unmittelbar der Ausübung einer freiberuflichen oder sonstigen selbstständigen Tätigkeit dienen.
  Hinweis: Dieser Bereich ist grundsätzlich über eine Vermögensschadenhaftpflicht mit passivem Rechtsschutz versicherbar.
- Gerichtliche Auseinandersetzung wegen offener Rechnungen (Forderungsausfälle).

Mehr Informationen:

- Rechtsschutzversicherung für Selbstständige im Medienbereich: Kein Ersatz zur Media-Haftpflicht http://www.exali.de/Info-Base/rechtsschutzversicherung-schuetzt-nicht-umfassend-vor-berufsrisiken-selbststaendiger-mediendienstleister

Frage: Ist eine Markenrechtsverletzung nicht immer vorsätzlich zu werten?

Grundsätzlich geschieht die Verwendung eines Begriffs bewusst, ja. Das bedeutet jedoch weder, dass man sich bewusst ist, dass der Begriff markenrechtlich geschützt ist noch, dass man mit der entsprechenden Verwendung gegen das Nutzungsrecht und oder Wettbewerbsrecht verstößt.

Vorsätzlich handelt, wer **willentlich und wissentlich** gegen Markenrechte verstößt. Unserer Erfahrung nach ist das Urheber- und Markenrecht jedoch so komplex, dass man sehr leicht fahrlässig gegen Rechte Dritter verstoßen kann.

Hierzu ein Schadenfall aus der Praxis:

- Schadenfall: Firmenname verletzt geschützte Markenrechte http://www.exali.de/Info-Base/agenturname-verletzt-markenrechte-berufshaftpflicht-schuetzt

Die Media-Haftpflicht versichert sowohl leicht fahrlässige, wie auch grob fahrlässige Rechtsverletzungen.

Frage zur Einbindung von Videos: Wer haftet dafür?

Fotos sprechen für sich, Videos zeigen mehr. Doch auch bei embedded Videos gilt: Die Rechtslage ist schwammig. Wer haftet, bleibt offen. So schreibt Rechtsanwältin Nina Diercks in ihrem „Social Media Recht Blog", dass durch das Setzen eines Links auf ein Video (z. B. an der Facebook Pinnwand), lediglich die Zugänglichkeit erleichtert wird.

Das heißt jedoch nicht, dass für das embedded Video eine weniger strenge rechtliche Regelung gilt, als für andere Links. **Wer ein Video einbindet hat die Pflicht, es auf entsprechende Rechtsverletzungen hin zu prüfen.**

Im Fall eines Links zu einem noch nicht veröffentlichten Film etwa ist es offensichtlich, dass es sich bei dem eingebundenen Video um eine Urheberrechtsverletzung handelt, für die man entsprechend haftbar gemacht werden kann.

Mehr Informationen:

- Virales Marketing – Risiken von You Tube http://www.rgblog.de/virales-marketing-risiken-von-you-tube/

Frage: Sind Vermögensschäden auch versichert, wenn Sie durch einen Erfüllungsgehilfen verursacht werden?

Durch eine Media-Haftpflicht ist nicht nur der Medienschaffende oder Agenturinhaber versichert, sondern auch die Mitarbeiter und die Vergabe von Aufträgen an Subunternehmer und Erfüllungsgehilfen. Nicht versichert ist jedoch die persönliche Haftpflicht der Subunternehmer und Erfüllungsgehilfen.

D.h., der Subunternehmer oder Erfüllungsgehilfe kann bei entsprechendem Verschulden des Schadens vom Versicherer in Regress genommen werden. Wenn sich also nicht nur die Agentur absichern möchte, muss auch der Subunternehmer bzw. Erfüllungsgehilfe für eigenen Versicherungsschutz sorgen.

Regress (lat. regressus, Rückkehr) bezeichnet im Zivilrecht den **Rückgriff** eines Ersatzpflichtigen auf einen Dritten (z. B. nach § 823 BGB), der diesem gegenüber zur Haftung verpflichtet ist. Nach § 86 Abs.1 VVG hat auch ein Versicherer im Leistungsfall unter bestimmten Umständen Regressmöglichkeiten gegen den tatsächlichen Schadenverursacher oder Mitverursacher.

Beispiel: Ein Webdesigner beauftragt im Rahmen eines Projektes einen Subunternehmer für die Datenbankprogrammierung. Aufgrund der fehlerhaften Programmierung kommt es zum einem Schadenfall. Die Media-Haftpflicht des Webdesigners leistet Schadenersatz gegenüber dem Kunden. Im zweiten Schritt nimmt die Versicherung den Programmierer in Höhe des geleisteten Schadenersatzes in Regress, da der Schaden nicht vom Versicherungsnehmer (Webdesigner) verursacht wurde.

Frage: Besteht auch Versicherungsschutz bei nachträglicher Lizensierung (bzw. Einschränkung des Nutzungsrechts)?

Grundsätzlich gilt: Eine Forderung aus einem Verstoß gegen ein Lizenzrecht ist vom Versicherungsschutz umfasst. Resultiert der Verstoß aus der nachträglichen Lizensierung des Urhebers, so ist zu prüfen, ob daraus resultierende Forderungen gerechtfertigt sind. Diese rechtliche Prüfung und die Abwehr unbegründeter Ansprüche übernimmt der Versicherer auf seine Kosten im Rahmen des passiven Rechtsschutzes.

Fall: Künstler tritt Rechte vertraglich an Agentur ab, wird erfolgreich und stellt anschließend Nachforderungen.

Auch in diesem Fall gilt: Wird die Forderung durch eine Lizenz-, Urheber- oder Markenrechtsverletzung begründet, so handelt es sich um einen Versicherungsfall.

Großen Einfluss auf das Ergebnis einer rechtlichen Beurteilung haben in diesem Fall die konkreten Verträge und mit diesen in Zusammenhang stehende Formalitäten. Sind Rechtsverletzungen vom Versicherungsschutz umfasst, so übernimmt der Versicherer die Kosten zur Abwehr unbegründeter Ansprüche.

Begriffserklärungen

Haftung - Haftpflicht: Einfach gesprochen ist jeder Freiberufler und Selbständige gesetzlich dazu verpflichtet, für einen Schaden (Vermögensschaden, Sach- oder Personenschaden) aufzukommen, den er einem Dritten zugefügt hat. Juristisch gesprochen haftet er für den Schaden. Ein Dritter kann ein Kunde oder Auftraggeber sein – also jemand, mit dem man in einer Geschäftsbeziehung steht – oder eine sonstige Person bzw. Firma (z.B. der Urheber einer Software).
Eine Haftpflichtversicherung übernimmt solche Schadenersatzforderungen von Dritten. Versicherungstechnisch spricht man dann von Deckung.

Reine Vermögensschäden (auch echte Vermögensschäden genannt) sind Schäden, die weder Personenschäden noch Sachschäden (Beschädigung, Vernichtung oder Abhandenkommen von Sachen) sind noch sich aus solchen Schäden herleiten. Versicherer definieren den Verlust, die Veränderung oder Blockade von Daten häufig ebenfalls als Vermögensschaden.

Offene Deckung: Der Begriff „Offene Deckung“ beschreibt ein Prinzip zur Definition der versicherten Tätigkeiten bzw. Dienstleistungen in den Versicherungsbedingungen oder in der Police. Bei der Beschreibung als «offene Deckung» werden die versicherten **Tätigkeiten** nicht einzeln und abschließend aufgeführt, sondern pauschal sehr weit gefasst, z. B. als Tätigkeiten in der Werbebranche.

Passiver Rechtsschutz: Mit „Passiver Rechtsschutz“ im Rahmen der Haftpflichtversicherung bezeichnet man, dass der Versicherer neben den Leistungen für den Schadenersatz und die Schadenregulierung auch die Kosten für die Abwehr eines unbegründeten Anspruchs trägt. Dazu gehören Anwalts-, Sachverständigen-, Zeugen-, Gerichts-, Reisekosten. „Passiv“ bedeutet in diesem Zusammenhang, dass sich die Leistung auf die Abwehr eines fremden Anspruches (z.B. vom Auftraggeber) bezieht und nicht auf die „aktive“ Durchsetzung eigener Ansprüche.

Links und Grafiken

- Grafik: Berufliche Risiken und Versicherungen im Media Bereich
  http://www.exali.de/data/cms_data/bilder/485721349beufshaftpflicht-web-2.0-kl.jpg
- Spülmittel mit Hähnchengeschmack und eine erboste Internet-Community: Wenn virales Marketing nach hinten losgeht
  http://www.rgblog.de/pr-desaster-pril-media-haftpflicht-schuetzt-bei-marketing-fail/
- Krisenkommunikation – Entscheidende Kernkompetenzen des Social-Media-Marketers
  http://www.rgblog.de/krisenkommunikation-entscheidende-kernkompetenzen-des-social-media-marketers/
- Virales Marketing – Risiken von You Tube
  http://www.rgblog.de/virales-marketing-risiken-von-you-tube/
- Stochern im Nebel: Haftungsrisiken bei Twitter, Facebook & Co
  http://www.rgblog.de/haftungsrisiken-bei-twitter-facebook-und-co/
- WWF-Shitstorm: Warum Krisenkommunikation nicht um 18 Uhr enden sollte
  http://t3n.de/news/wwf-shitstorm-krisenkommunikation-um-18-uhr-enden-sollte-316768/

Über den Autor

Ralph Günther, geboren 1972, ist Fachautor, Versicherungsexperte und Gründer sowie Geschäftsführer der exali GmbH, dem Versicherungsportal für Dienstleister und freie Berufe. Er hat langjährige Erfahrung im Risikomanagement und der Versicherung von IT-Experten, Medienschaffenden und Consultants. Sein Fokus liegt auf der Absicherung von Vermögensschäden – und damit verbunden der Weiter- und Neuentwicklung branchenspezifischer Versicherungskonzepte.

Sein Wissen gibt er regelmäßig als Autor in Zeitschriften, Fach-Medien und Internet-Portalen sowie auf seinem Blog „Vermögensschaden: Versicherung neu denken“ (www.rgblog.de) an seine Zielgruppe weiter.

exali GmbH - Das Versicherungsportal für Dienstleister und freie Berufe

Landsberger Straße 59a

86179 Augsburg

Tel: +49821/809946-0

Fax: +49821/809946-29

E-Mail: info@exali.de

http://www.exali.de