

FALLBEISPIELE:

URHEBERRECHT IM MUSIKVEREIN

TABELLE MIT FALLDARSTELLUNG, FRAGEN UND ANTWORTEN
ORIENTIERUNGSHILFE FÜR DIE VEREINSPRAXIS

Infos

www.blasmusikverband-bw.de
Stand März 2026

Kontakt

Telefon +49 (0) 71 53 / 92 81 610
service@blasmusikverband-bw.de

Adresse

Eisenbahnstraße 59
73207 Plochingen

Übersicht

Block 1			
1. Darf der Verein mit Werktiteln und Komponistennamen werben?	5		
2. Sind die Notenausschnitte im Post urheberrechtlich problematisch?	5		
3. Macht es einen Unterschied, ob die Noten aus einer GEMA-gemeldeten Aufführung stammen?	6		
4. Was gilt für die Stockfoto-Lizenz bei gewerblicher/nicht-gewerblicher Vereinsnutzung?	6		
5. Darf mit „Musik aus Film X“ geworben werden?	6		
6. Sind Filmtitel, Charakternamen und visuelle Motive geschützt?	7		
7. Welche Risiken entstehen durch Fan-Art oder Google-Bilder?	7		
8. Macht es einen Unterschied, ob das Konzert kostenlos oder mit Eintritt stattfindet?	7		
9. Dürfen Setlists/Programmhefte als Foto veröffentlicht werden?	8		
10. Spielt es eine Rolle, ob Verlagsinformationen oder interne Notizen sichtbar sind?	8		
11. Unterschied „wir haben gespielt“ vs. „wir werden spielen“?	8		
Block 2			
1. Dürfen Noten gescannt und digital geteilt werden, wenn Originalnoten vorhanden sind?	9		
2. Spielt die Anzahl der gekauften Noten vs. Anzahl der Empfänger eine Rolle?	9		
		3. Was gilt für die Speicherung in privaten Cloud-Diensten?	10
		4. Unterschied bei Leihnoten, Mietmaterial oder Kauf-Noten?	10
		5. Wann ist ein Arrangement eine zustimmungspflichtige Bearbeitung?	10
		6. Muss der Verlag/Komponist vorab um Erlaubnis gefragt werden?	11
		7. Deckt die GEMA-Meldung auch die Bearbeitung ab?	11
		8. Darf das Arrangement weitergegeben oder verkauft werden?	11
		9. Wem gehören die Rechte am Arrangement (Dirigent oder Verein)?	12
		10. Sind vergriffene Werke automatisch gemeinfrei oder nutzbar?	12
		11. Was gilt, wenn der Verlag nicht mehr existiert, aber die Schutzfrist noch läuft?	12
		12. Unterschied bei PDF-Download vs. Aufführung vs. Videoveröffentlichung?	13
		Block 3	
		1. Dürfen Vereine die Instagram-Musik-Bibliothek nutzen?	14
		2. Was bedeutet die Ländersperre rechtlich und praktisch?	14
		3. Ändert sich etwas bei Werbung/Ads oder bezahlter Reichweite?	14

Übersicht

4. Welche Alternative gibt es, wenn Plattform-Musik nicht erlaubt ist?	15
5. Darf eine fremde Aufnahme (YouTube/Spotify) für eigene Werbung verwendet werden?	15
6. Macht es einen Unterschied, ob das Stück auch beim eigenen Konzert gespielt wird?	15
7. Was wäre, wenn stattdessen ein eigener Probenmitschnitt verwendet würde?	15
8. Website vs. Social Media – macht das einen Unterschied?	16
9. Welche Rechte braucht man für einen Livestream zusätzlich zur Live-GEMA-Meldung?	16
10. Unterschied zwischen Live-Übertragung und nachträglichem Upload/VOD?	16
11. Warum wird das Video gesperrt, obwohl die Aufführung „legal“ war?	16
12. Was sollte der Verein tun, um Livestreams rechtssicher zu gestalten?	17
13. Ist ein kurzer Ausschnitt (8 Sekunden) urheberrechtlich relevant?	17
14. Privater Account vs. Vereins-Account – Unterschied?	17
15. Spielt die Erkennbarkeit/Identifizierbarkeit des Stücks eine Rolle?	18
16. Was sollte der Verein regeln, damit Mitglieder nicht unbedacht posten?	18

Block 4	
1. Welche Canva-Inhalte dürfen für Vereinswerbung verwendet werden?	19
2. Was bedeutet „Editorial Use“ vs. „Commercial Use“ im Vereinskontext?	19
3. Sind Vereine „kommerziell“, auch wenn gemeinnützig?	20
4. Was ist bei bezahlten Ads besonders zu beachten?	20
5. Wie kann der Verein Lizenznachweise dokumentieren?	20
6. Was bedeutet „Creative Commons“ und welche Pflichten ergeben sich?	21
7. Welche CC-Lizenzen eignen sich für Vereine, welche nicht?	21
8. Was gilt als „kommerziell“ im Vereinskontext?	22
9. Wie erkennt man verlässlich, ob die CC-Lizenz vom Urheber stammt?	22
10. Kann sich der Verein auf die Pixabay-Lizenz berufen, wenn sie unrechtmäßig war?	23
11. Was bedeutet „kostenlos“ und „Royalty Free“ rechtlich?	23
12. Wie kann der Verein sich absichern (Due Diligence)?	23
13. Welche Haftungsrisiken bestehen bei Stock-Plattformen?	24

Übersicht

Block 5	
1. Wem gehören die Rechte an einer Komposition aus dem Vereinskontext?	25
2. Hätte eine schriftliche Regelung geholfen – und wie sollte sie aussehen?	26
3. Darf der Verein das Stück weiter nutzen, wenn nichts geregelt wurde?	27
4. Was gilt für Arrangements, die ein Dirigent während seiner Vereinstätigkeit erstellt?	27
5. Braucht der Verein die Zustimmung der Musiker für Konzertmitschnitte?	28
6. Unterschied Solist vs. Tutti?	28
7. Was sollte der Verein vor einer Aufnahme regeln?	28
8. Gelten für Aushilfen und Gastmusiker andere Regeln?	29
Block 6	
1. Darf ein Verein KI-generierte Texte verwenden?	30
2. Wem gehören die Rechte an KI-generierten Inhalten?	30
3. Was ist, wenn die KI auf geschützte Werke zurückgreift?	31
4. Sollte der Verein kennzeichnen, dass Inhalte KI-generiert sind?	31
5. Wem gehören die Rechte an KI-generierten Bildern?	31
6. Kann eine KI urheberrechtlich geschützte Werke verletzen?	32

7. Haftet der Verein, wenn ein KI-Bild „zu nah“ an einem echten Foto ist?	32
8. Was sollten Vereine in den AGB der KI-Anbieter beachten?	32
9. Darf eine KI bestehende Werke analysieren und „nachahmen“?	33
10. Wo liegt die Grenze zwischen „Stil“ und „Werk“?	33
11. Wer haftet, wenn das KI-Stück zu nah am Original ist?	33
12. Sollte der Verein offenlegen, dass das Stück KI-generiert ist?	33
Block 7	
1. Wer haftet im Verein für Rechtsverletzungen in Social Media?	34
2. Sollte es eine benannte verantwortliche Person geben?	34
3. Was sollte der Verein dokumentieren (Freigabeprozesse, Zugriffsrechte)?	35
4. Wie kann der Verein präventiv Risiken minimieren?	35
5. Welche Inhalte verursachen erfahrungsgemäß die meisten Probleme?	36
6. Wie kann ein Verein ein internes Frühwarnsystem aufbauen?	36
7. Wann lohnt sich eine rechtliche Prüfung vor Veröffentlichung?	37
8. Was sollte in einer vereinsinternen Social-Media-Richtlinie stehen?	37

Block 1: Werbung mit Programm, Titeln und Komponistennamen

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
1.1	Instagram-Werbung fürs Frühjahrskonzert mit Werktiteln/Komponisten, Canva-Stockfoto und 3 fotografierten Notenausschnitten.	Darf der Verein mit Werktiteln und Komponistennamen werben?	<p>Ja, das ist in der Regel unproblematisch.</p> <ul style="list-style-type: none"> Sie dürfen Programmpunkte nennen (z. B. „Beethoven: 5. Sinfonie“), solange die Angabe wahrheitsgemäß ist. Vermeiden Sie Missverständnisse: Nennen Sie keine Titel so, dass der Eindruck entsteht, Ihr Konzert sei eine offizielle Veranstaltung des Rechteinhabers/Labels. Keine Logos, Schrifttypen oder Bildmarken der Rechteinhaber verwenden, wenn Sie keine Rechte daran haben.
1.1	Instagram-Werbung fürs Frühjahrskonzert mit Werktiteln/Komponisten, Canva-Stockfoto und 3 fotografierten Notenausschnitten.	Sind die Notenausschnitte im Post urheberrechtlich problematisch?	<p>Ja, meist problematisch.</p> <ul style="list-style-type: none"> Ein Foto von Noten ist eine Vervielfältigung / öffentliche Zugänglichmachung des notierten Werkteils. Das ist nur zulässig, wenn das Werk gemeinfrei ist (Urheber seit mehr als 70 Jahren tot) und die benutzte Ausgabe selbst keinen eigenen Schutz hat (z. B. keine wissenschaftliche Edition, kein urheberrechtlich geschütztes Arrangement/Engraving). Aktuelle Ausgaben/Arrangements sind häufig geschützt; deren Abbildung bedarf einer Einwilligung des Urhebers/Verlags. Das Zitatrecht (§ 51 UrhG) greift in der Werbung nur unter sehr engen Voraussetzungen. Erforderlich ist ein konkreter Zitat Zweck, bei dem das Zitat als Beleg oder Erörterungsgrundlage für eigene Ausführungen dient und eine inhaltliche Auseinandersetzung mit dem zitierten Werk stattfindet. Die bloße dekorative Verwendung von Notenabbildungen – etwa als Hintergrundmotiv oder Stimmungselement – erfüllt diese Voraussetzungen nicht und ist urheberrechtlich unzulässig. Die Schranke des „unwesentlichen Beiwerks“ greift nur, wenn die Noten rein zufällig und nebensächlich im Bild erscheinen und auch weggelassen werden könnten, ohne dass sich der Gesamteindruck ändert. Werden Noten jedoch gezielt als Gestaltungselement ins Bild gesetzt, sind sie rechtlich kein unwesentliches Beiwerk.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
1.1	Instagram-Werbung fürs Frühjahrskonzert mit Werktiteln/Komponisten, Canva-Stockfoto und 3 fotografierten Notenausschnitten.	Macht es einen Unterschied, ob die Noten aus einer GEMA-gemeldeten Aufführung stammen?	<p>Nein.</p> <ul style="list-style-type: none"> Die GEMA-Lizenz für die Aufführung deckt nicht das Recht ab, Notenabbildungen in Social Media zu posten. Für Notendruck/Abbildungen sind separate Rechte (regelmäßig beim Verlag) erforderlich.
1.1	Instagram-Werbung fürs Frühjahrskonzert mit Werktiteln/Komponisten, Canva-Stockfoto und 3 fotografierten Notenausschnitten.	Was gilt für die Stockfoto-Lizenz bei gewerblicher/nicht-gewerblicher Vereinsnutzung?	<p>Prüfen Sie immer die konkrete Lizenz der Bildplattform.</p> <ul style="list-style-type: none"> Nutzung zur Veranstaltungswerbung gilt häufig als kommerzielle Nutzung, auch bei gemeinnützigen Vereinen. <p>Achten Sie auf:</p> <ol style="list-style-type: none"> Erlaubte Verwendungsarten (Social Media, Plakat, Anzeige etc.) Unzulässige Nutzungen (z. B. als Logo, in Merchandising, sensible Kontexte) Erforderliche Hinweise (z. B. Urheber-/Quellenangabe, wenn verlangt) Model-/Property-Releases, wenn Personen, Marken oder erkennbare Orte abgebildet sind <ul style="list-style-type: none"> Dokumentieren Sie die Lizenz (Screenshot/Rechnung) und nutzen Sie die Bilder nicht „standalone“, wenn dies untersagt ist. <p>Praxis-Tipp:</p> <ol style="list-style-type: none"> Verwenden Sie zur Bewerbung lieber Programmtexte und Komponistennamen sowie lizenzierte Stockfotos ohne Notenabbildungen. Wenn Sie Noten zeigen möchten: eigene Notensatzgrafik mit gemeinfreien Werken aus rechtfreien Ausgaben verwenden.
1.2	Plakat/Posts für „Hollywood Night“ mit Filmtiteln; eingebaut sind Fan-Art/Google-Bilder (Darth Vader, Harry Potter etc.).	Darf mit „Musik aus Film X“ geworben werden?	<p>In der Regel ja, wenn tatsächlich Musik aus diesem Film (bzw. eine dafür lizenzierte Konzertfassung) gespielt wird.</p> <ul style="list-style-type: none"> Klarstellen: Es handelt sich um Ihre eigene Konzertveranstaltung, nicht um eine offizielle Veranstaltung des Filmstudios. Vermeiden Sie: Film-Logos, Studio-Logos, Original-Schriftzüge, Slogans, die Markenrechte berühren.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
1.2	Plakat/Posts für „Hollywood Night“ mit Filmtiteln; eingebaut sind Fan-Art/Google-Bilder (Darth Vader, Harry Potter etc.).	Sind Filmtitel, Charakternamen und visuelle Motive geschützt?	<p>Filmtitel können Titelschutz genießen, vor allem wenn sie unterscheidungskräftig sind und als Kennzeichnung eines Werkes oder einer Reihe etabliert wurden.</p> <ul style="list-style-type: none"> Charakternamen und Figuren können sowohl markenrechtlich geschützt sein (z. B. eingetragene Marken) als auch urheberrechtlich, wenn die Figur eine hinreichend individuelle Gestaltung aufweist. Visuelle Motive (Darth Vader, Zauberstäbe/Uniformen, Logos, Embleme) sind regelmäßig urheber- und markenrechtlich geschützt. Sicher sind neutrale, selbst gestaltete Motive ohne Bezug zu geschützten Figuren/Logos.
1.2	Plakat/Posts für „Hollywood Night“ mit Filmtiteln; eingebaut sind Fan-Art/Google-Bilder (Darth Vader, Harry Potter etc.).	Welche Risiken entstehen durch Fan-Art oder Google-Bilder?	<p>Hohe Abmahngefahr:</p> <ol style="list-style-type: none"> Fan-Art ist oft unerlaubte Bearbeitung geschützter Werke. Bilder aus der Google-Suche sind regelmäßig nicht lizenziert. <ul style="list-style-type: none"> Mögliche Folgen: Unterlassung, Schadensersatz, Kostenerstattung. Nur verwenden: lizenziertes Material (Stock-Lizenzen, beauftragte Grafiken) oder gemeinfreie Inhalte.
1.2	Plakat/Posts für „Hollywood Night“ mit Filmtiteln; eingebaut sind Fan-Art/Google-Bilder (Darth Vader, Harry Potter etc.).	Macht es einen Unterschied, ob das Konzert kostenlos oder mit Eintritt stattfindet?	<p>Für die Frage der Rechtsverletzung kaum.</p> <ul style="list-style-type: none"> Auch kostenlose Veranstaltungen können Rechte verletzen. GEMA-Tarife unterscheiden u. U. nach Art und Umfang der Nutzung; die Grundpflichten (z. B. keine ungeklärten Bilder/Logos verwenden) bleiben gleich. <p>Praxis-Tipp:</p> <ol style="list-style-type: none"> Formulieren Sie: „Musik aus ... (Konzertfassung/Filmmusik-Highlights)“. Gestalten Sie Visuals neutral und eigenständig, ohne Charakterabbildungen oder Logos. Nutzen Sie Stockmaterial mit passender Lizenz oder eigene Grafiken.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
1.3	Foto einer Setlist als Story nach dem Fest; enthält 12 Titel, teils Pop-Arrangements, teils eigenes Medley, teils Verlag/GEMA-Infos.	Dürfen Setlists/ Programmhefte als Foto veröffentlicht werden?	<p>Setlist-Foto ohne Noten, das lediglich Werktitel und Komponistennamen in schlichter Textform zeigt, ist urheberrechtlich in der Regel unproblematisch.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Achten Sie jedoch darauf, dass keine schutzfähige grafische Gestaltung Dritter (z. B. Design eines fremden Programmhefts) oder zusätzliche geschützte Inhalte (z. B. Fotos, längere Einführungstexte) mit abgebildet werden. • Achten Sie darauf, keine geschützten Fotos, längeren Texte oder Gestaltungen Dritter aus einem gedruckten Programmheft zu übernehmen, wenn Sie nicht alle Rechte daran halten. • Keine Notenabbildungen posten (siehe 1.1).
1.3	Foto einer Setlist als Story nach dem Fest; enthält 12 Titel, teils Pop-Arrangements, teils eigenes Medley, teils Verlag/GEMA-Infos.	Spielt es eine Rolle, ob Verlagsinformationen oder interne Notizen sichtbar sind?	<p>Rein sachliche Verlagsangaben (z. B. Verlag, Bestellnummer, GEMA-Hinweise) sind meist unkritisch.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vermeiden Sie: <ol style="list-style-type: none"> 1. Veröffentlichung interner Lizenz- oder Vertragsdaten, die nicht für die Öffentlichkeit bestimmt sind. 2. Logos/Marken in dominanter Darstellung, sofern Sie keine Nutzungsrechte an den Marken haben. • Prüfen Sie bei Programmheften: Gehören alle Fotos/Texte Ihnen? Wenn nicht, keine vollständigen Seiten online stellen, sondern eigene Inhalte verwenden.
1.3	Foto einer Setlist als Story nach dem Fest; enthält 12 Titel, teils Pop-Arrangements, teils eigenes Medley, teils Verlag/GEMA-Infos.	Unterschied „wir haben gespielt“ vs. „wir werden spielen“?	<p>Rein urheberrechtlich macht die Zeitform wenig Unterschied, solange Sie nur Titel/ Komponisten nennen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bei Ankündigungen („wir werden spielen“) handelt es sich um Werbung – vermeiden Sie geschützte Logos/Bilder und irreführende Darstellungen (keine Suggestion offizieller Partnerschaften). • Gute Praxis: Bei Filmmusik ankündigen „in konzertanten Arrangements“ bzw. Vermerk des Arrangeurs, sofern dies vertraglich/üblich ist. <p>Praxis-Tipp:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Posten Sie nach dem Konzert gern eine textbasierte Setlist. 2. Vermeiden Sie Fotos mit Notenschnipseln oder fremden redaktionellen Inhalten. 3. Für Ankündigungen genügt die neutrale Nennung von Titeln/Komponisten und ggf. Arrangeur.

Block 2: Notenmaterial, Arrangements und Bearbeitungen

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
2.1	Noten werden kurzfristig gescannt und als PDF in eine WhatsApp-Gruppe (48 Personen) geschickt; gekauft wurde 1 Satz für 40 Musiker; zusätzlich Cloud-Uploads.	Dürfen Noten gescannt und digital geteilt werden, wenn Originalnoten vorhanden sind?	<p>In der Regel nein.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Scannen und Versenden von Noten ist eine Vervielfältigung und oft eine öffentliche Zugänglichmachung. Dafür ist regelmäßig eine Erlaubnis des Rechteinhabers (Verlag) erforderlich. • Der Besitz von Originalnoten ermöglicht nicht das Herstellen und Verteilen zusätzlicher Kopien. • Privatkopie nach § 53 UrhG hilft hier nicht, weil das Teilen in einer größeren WhatsApp Gruppe des Vereins (z. B. 48 Personen) typischerweise keinen „privaten oder sonstigen eigenen Gebrauch“ eines eng begrenzten persönlichen Kreises mehr darstellt. Es handelt sich vielmehr um eine Nutzung in einem erweiterten Personenkreis, die nicht von der Privatkopieschranke gedeckt ist. <p>Praxis-Tipp:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfen Sie, ob der Verlag digitale Nutzung ausdrücklich erlaubt (z. B. „ePart“-Lizenzen) oder ob eine Repro-Lizenz verfügbar ist.
2.1	Noten werden kurzfristig gescannt und als PDF in eine WhatsApp-Gruppe (48 Personen) geschickt; gekauft wurde 1 Satz für 40 Musiker; zusätzlich Cloud-Uploads.	Spielt die Anzahl der gekauften Noten vs. Anzahl der Empfänger eine Rolle?	<p>Die Anzahl der Originale ändert die Rechtslage kaum.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auch wenn Sie „genug“ Stimmen gekauft haben, dürfen Sie zusätzliche Scans nicht verteilen, solange keine Verlags- oder Repro-Lizenz dies erlaubt. • Einzelne Ersatzkopien (z. B. für verloren gegangene Partien) sind nur zulässig, wenn der Vertrag/Verlag dies gestattet.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
2.1	Noten werden kurzfristig gescannt und als PDF in eine WhatsApp-Gruppe (48 Personen) geschickt; gekauft wurde 1 Satz für 40 Musiker; zusätzlich Cloud-Uploads.	Was gilt für die Speicherung in privaten Cloud-Diensten?	<p>Eigenes Backup (nur für Sie selbst) kann als privater Gebrauch zulässig sein.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geteilte Cloud-Ordner mit Zugriff für das Ensemble sind rechtlich heikel: Das ist regelmäßig ein öffentliches Zugänglichmachen und lizenzpflichtig. <p>Praxis-Tipp:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wenn digital nötig, nutzen Sie verlagsseitig erlaubte Plattformen/Downloads und rollenbasierte Zugriffe gemäß Lizenz.
2.1	Noten werden kurzfristig gescannt und als PDF in eine WhatsApp-Gruppe (48 Personen) geschickt; gekauft wurde 1 Satz für 40 Musiker; zusätzlich Cloud-Uploads.	Unterschied bei Leihnoten, Mietmaterial oder Kauf-Noten?	<ul style="list-style-type: none"> • Leih-/Mietmaterial: fast immer strenge Verbote für Kopieren/Scannen; Rückgabepflichten; häufig nur Aufführungsrecht für den Zeitraum. • Kaufnoten: Sie besitzen die gedruckten Exemplare, nicht aber das Recht zur Vervielfältigung oder digitalen Verbreitung. <p>Praxis-Tipp:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bei Leihmaterial gar nicht scannen; bei Kaufnoten nur mit ausdrücklicher Lizenz.
2.2	Dirigent erstellt ein Medley aus „Greatest Showman“ (Bearbeitung), führt es auf, meldet Originaltitel bei der GEMA, lädt Video auf YouTube und gibt Noten an Nachbarvereine.	Wann ist ein Arrangement eine zustimmungspflichtige Bearbeitung?	<p>Sobald das Original erkennbar bleibt und Sie Melodie, Harmonik, Struktur, Tonart, Form oder Instrumentation gestaltend verändern, handelt es sich regelmäßig um eine Bearbeitung, die Zustimmung des Rechteinhabers verlangt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medleys aus mehreren geschützten Titeln sind typisch zustimmungspflichtig, da Sie mehrere Werke neu verbinden. • Kleine Anpassungen (z. B. Transposition, Anpassung an die verfügbare Besetzung) können unter Umständen als nicht zustimmungsbedürftige Änderungen im Rahmen des § 39 UrhG angesehen werden, sofern sie nach Treu und Glauben zumutbar sind und das Werk nicht entstellen. Die Abgrenzung ist jedoch im Einzelfall schwierig. Sobald ein eigenes Arrangement mit erkennbar gestaltender Umformung entsteht, liegt regelmäßig eine zustimmungspflichtige Bearbeitung nach § 23 UrhG vor. Unabhängig von der Einordnung ist jedenfalls die Vervielfältigung, Verbreitung oder Weitergabe solcher Bearbeitungen ohne Zustimmung des Rechteinhabers unzulässig

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
2.2	Dirigent erstellt ein Medley aus „Greatest Showman“ (Bearbeitung), führt es auf, meldet Originaltitel bei der GEMA, lädt Video auf YouTube und gibt Noten an Nachbarvereine.	Muss der Verlag/ Komponist vorab um Erlaubnis gefragt werden?	<p>Ja, üblicherweise.</p> <ul style="list-style-type: none"> Holen Sie die Bearbeitungserlaubnis der Rechteinhaber (meist Verlag) für jeden betroffenen Titel ein. Bei Filmmusik/Musicals sind häufig zusätzliche Rechte betroffen (z. B. Textrechte), die ebenfalls zu klären sind.
2.2	Dirigent erstellt ein Medley aus „Greatest Showman“ (Bearbeitung), führt es auf, meldet Originaltitel bei der GEMA, lädt Video auf YouTube und gibt Noten an Nachbarvereine.	Deckt die GEMA-Meldung auch die Bearbeitung ab?	<p>Nein.</p> <ul style="list-style-type: none"> Die GEMA deckt in der Regel Aufführungsrechte am Original und Tarife ab, nicht die Herstellung eines Arrangements, dessen Verbreitung oder digitale Bereitstellung. Für Video-Uploads ist die GEMA-Lizenz nicht automatisch ausreichend; das Kopplungs-/Synchronisationsrecht (Musik mit Bild) und Bearbeitungsrechte sind separat.
2.2	Dirigent erstellt ein Medley aus „Greatest Showman“ (Bearbeitung), führt es auf, meldet Originaltitel bei der GEMA, lädt Video auf YouTube und gibt Noten an Nachbarvereine.	Darf das Arrangement weitergegeben oder verkauft werden?	<p>Ohne Erlaubnis der Rechteinhaber in der Regel nicht.</p> <ul style="list-style-type: none"> Mit erteilter Bearbeitungserlaubnis kann der Verlag Bedingungen für Weitergabe/Verkauf festlegen (z. B. Gebiet, Dauer, Formate, Pflichttexte). <p>Praxis-Tipp:</p> <ul style="list-style-type: none"> Klären Sie vorab: Darf Ihr Arrangement nur aufgeführt, auch geteilt, veröffentlicht oder kommerziell genutzt werden?

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
2.2	Dirigent erstellt ein Medley aus „Greatest Showman“ (Bearbeitung), führt es auf, meldet Originaltitel bei der GEMA, lädt Video auf YouTube und gibt Noten an Nachbarvereine.	Wem gehören die Rechte am Arrangement (Dirigent oder Verein)?	<p>Der Arrangeur ist Urheber der gestaltenden Teile des Arrangements.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verwertung des Arrangements ist aber ohne Zustimmung der Originalrechteinhaber eingeschränkt. • Ob der Verein Nutzungsrechte am Arrangement hat, hängt von Ihrer internen Vereinbarung (Arbeits-/Dienst- oder Honorarvertrag) ab.
2.3	PDF eines vergriffenen Marsches (1960er) wird in einem Forum gefunden; Verlag existiert nicht mehr; Verein druckt, spielt, lädt Video auf Facebook.	Sind vergriffene Werke automatisch gemeinfrei oder nutzbar?	<p>Nein.</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Vergriffen“ bedeutet nur, dass die Notenausgabe nicht mehr erhältlich ist. • Gemeinfrei ist ein Werk erst nach Ablauf der Schutzfrist (regelmäßig 70 Jahre nach Tod des Urhebers). Ein Marsch aus den 1960ern ist noch geschützt. • Forum-PDFs sind oft unautorisiert; deren Nutzung (Druck/Verteilung) ist rechtlich riskant.
2.3	PDF eines vergriffenen Marsches (1960er) wird in einem Forum gefunden; Verlag existiert nicht mehr; Verein druckt, spielt, lädt Video auf Facebook.	Was gilt, wenn der Verlag nicht mehr existiert, aber die Schutzfrist noch läuft?	<p>Die Rechte liegen nicht automatisch brach; sie verbleiben beim Komponisten/Erben oder sind an Dritte übergegangen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kopieren/Verbreiten ist nicht erlaubt, solange keine Rechteklärung erfolgt. • Aufführung des Werkes kann über GEMA lizenziert werden, unabhängig von der Verfügbarkeit der Druckausgabe.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
2.3	PDF eines vergriffenen Marsches (1960er) wird in einem Forum gefunden; Verlag existiert nicht mehr; Verein druckt, spielt, lädt Video auf Facebook.	Unterschied bei PDF-Download vs. Aufführung vs. Videoveröffentlichung?	<p>PDF-Download</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vervielfältigung und ggf. öffentliches Zugänglichmachen. • Ohne Lizenz problematisch, auch wenn Sie „nur“ für das Ensemble drucken. <p>Aufführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufführungsrecht wird über GEMA gemeldet/lizenziert. • Die Nutzung illegaler Kopien der Noten bleibt dennoch ein Repro-Verstoß. <p>Videoveröffentlichung (YouTube/Facebook)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enthält Vervielfältigung und öffentliche Zugänglichmachung; zusätzlich das Kopplungs-/ Synchronisationsrecht (Musik mit Bild). • Plattformverträge decken nicht verlässlich alle Rechte (insbesondere Arrangements/ Sync); separate Einwilligungen sind häufig nötig.

Block 3: Social Media – Fotos, Videos, Reels

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
3.1	Instagram Reel mit Jugendprobe + Pop-Song aus Instagram-Musikbibliothek; öffentlich; wird von Gemeinde geteilt; später Ländersperre.	Dürfen Vereine die Instagram-Musik-Bibliothek nutzen?	<p>Nur im Rahmen der Plattformbedingungen.</p> <ul style="list-style-type: none"> Für Vereins-/Business-Accounts ist die Nutzung populärer Songs oft eingeschränkt; häufig steht nur eine gesonderte, „kommerzielle“ Musikbibliothek zur Verfügung. Werbliche Zwecke (Konzertpromo, Ticketverkauf, Sponsoren) werden lizenzrechtlich als kommerzielle Nutzung behandelt; hierfür ist die allgemeine Musikbibliothek meist nicht freigegeben. <p>Grundsatz:</p> <ul style="list-style-type: none"> Nutzen Sie nur Musik, die für Ihren Kontotyp und Zweck ausdrücklich freigegeben ist. Auch dann ist die Musik nicht „lizenzfrei“, sondern allein über die Plattformlizenz nutzbar, und meist nur innerhalb der Plattform, nicht für eigene Downloads oder Fremdkanäle.
3.1	Instagram Reel mit Jugendprobe + Pop-Song aus Instagram-Musikbibliothek; öffentlich; wird von Gemeinde geteilt; später Ländersperre.	Was bedeutet die Ländersperre rechtlich und praktisch?	<ul style="list-style-type: none"> Ländersperrern spiegeln Lizenzgrenzen wider: Inhalte sind in bestimmten Staaten nicht freigegeben. Praktisch: Ihr Reel kann in manchen Ländern stummgeschaltet oder unzugänglich sein. Rechtlich: Eine spätere Sperre heilt keine vorherige unzulässige Nutzung; das Risiko von Entfernung, Stummschaltung oder Claims bleibt.
3.1	Instagram Reel mit Jugendprobe + Pop-Song aus Instagram-Musikbibliothek; öffentlich; wird von Gemeinde geteilt; später Ländersperre.	Ändert sich etwas bei Werbung/Ads oder bezahlter Reichweite?	<p>Ja, erheblicher Unterschied.</p> <ul style="list-style-type: none"> Boosts/Ads gelten regelmäßig als Werbung. Musik aus der allgemeinen Bibliothek ist dafür in der Regel nicht lizenziert. Für Ads benötigen Sie separat freigegebene Musik (z. B. Commercial Music Library, eigene oder lizenzierte Musik).

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
3.1	Instagram Reel mit Jugendprobe + Pop-Song aus Instagram-Musikbibliothek; öffentlich; wird von Gemeinde geteilt; später Ländersperre.	Welche Alternative gibt es, wenn Plattform-Musik nicht erlaubt ist?	<ul style="list-style-type: none"> Eigene Aufnahmen des Vereins (soweit keine Rechte Dritter verletzt werden). Gema-freie bzw. lizenzierte Stock-/Produktionsmusik, ausdrücklich für Social Media und Werbung freigegeben. Creative Commons Musik mit kommerzieller Freigabe und korrekter Namensnennung. Stille oder Originalton (z. B. Moderatorensprache, Atmo der Probe).
3.2	Konzert-Trailer nutzt eine heruntergeladene professionelle YouTube-Aufnahme als Hintergrundmusik; Veröffentlichung auf Insta/Facebook/Website/WhatsApp.	Darf eine fremde Aufnahme (YouTube/Spotify) für eigene Werbung verwendet werden?	<p>Regelmäßig nein.</p> <ul style="list-style-type: none"> Sie benötigen Rechte am Musikwerk (Komponist/Verlag) und an der Tonaufnahme (Label/Tonträgerhersteller) sowie die Erlaubnis zur Kopplung von Musik mit Bild (Synchronisation). Downloads/„Rips“ aus Streaming Diensten sind nicht lizenziert; Nutzungsbedingungen untersagen dies.
3.2	Konzert-Trailer nutzt eine heruntergeladene professionelle YouTube-Aufnahme als Hintergrundmusik; Veröffentlichung auf Insta/Facebook/Website/WhatsApp.	Macht es einen Unterschied, ob das Stück auch beim eigenen Konzert gespielt wird?	<p>Nein. Die Aufführungslizenz (z. B. für das Konzert) deckt nicht die Nutzung einer fremden Aufnahme im Trailer.</p>
3.2	Konzert-Trailer nutzt eine heruntergeladene professionelle YouTube-Aufnahme als Hintergrundmusik; Veröffentlichung auf Insta/Facebook/Website/WhatsApp.	Was wäre, wenn stattdessen ein eigener Probenmitschnitt verwendet würde?	<p>Das vermeidet die Rechte am Master (Label), aber:</p> <ul style="list-style-type: none"> Rechte am Werk (Komposition/Text) sind weiterhin betroffen (Vervielfältigung/Online Nutzung). Bei Bearbeitungen/Arrangements können zusätzliche Zustimmungen erforderlich sein. Mitwirkende (ausübende Künstler) müssen der Aufnahme und Online Veröffentlichung zustimmen.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
3.2	Konzert-Trailer nutzt eine heruntergeladene professionelle YouTube-Aufnahme als Hintergrundmusik; Veröffentlichung auf Insta/Facebook/Website/WhatsApp.	Website vs. Social Media – macht das einen Unterschied?	<p>In beiden Fällen benötigen Sie entsprechende Rechte.</p> <ul style="list-style-type: none"> Praktisch filtern Plattformen und stummen oder blocken eher; auf der eigenen Website erfolgt keine automatische Filterung – Ansprüche richten sich direkt gegen Sie.
3.3	Facebook-Livestream (90 Min.) eines Konzerts mit Mischung aus gemeinfreien und GEMA-pflichtigen Stücken; Video bleibt online; später stummgeschaltet.	Welche Rechte braucht man für einen Livestream zusätzlich zur Live-GEMA-Meldung?	<p>Online Rechte am Musikwerk (separate Online/Livestream Lizenz; Live Meldung genügt nicht).</p> <ul style="list-style-type: none"> Rechte der Mitwirkenden an ihrer Darbietung (Einwilligung zur Aufnahme und Online Übertragung). Bei geschützten Arrangements/Notenausgaben: Prüfen, ob Streaming/Broadcast erlaubt ist. Keine fremden Tonaufnahmen einblenden (Master Rechte!).
3.3	Facebook-Livestream (90 Min.) eines Konzerts mit Mischung aus gemeinfreien und GEMA-pflichtigen Stücken; Video bleibt online; später stummgeschaltet.	Unterschied zwischen Live-Übertragung und nachträglichem Upload/VOD?	<p>Live Stream und On Demand (VOD) sind getrennte Nutzungen mit getrennten Lizenzen.</p> <ul style="list-style-type: none"> Für das dauerhafte Bereithalten (VOD) ist zusätzlich eine On Demand Lizenz erforderlich.
3.3	Facebook-Livestream (90 Min.) eines Konzerts mit Mischung aus gemeinfreien und GEMA-pflichtigen Stücken; Video bleibt online; später stummgeschaltet.	Warum wird das Video gesperrt, obwohl die Aufführung „legal“ war?	<p>Die Live Aufführung war lizenziert, die Online Nutzung nicht.</p> <ul style="list-style-type: none"> Plattformen erkennen geschützte Inhalte und schalten stumm oder blockieren (z. B. fehlende Online Rechte, geschützte Arrangements).

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
3.3	Facebook-Livestream (90 Min.) eines Konzerts mit Mischung aus gemeinfreien und GEMA-pflichtigen Stücken; Video bleibt online; später stummgeschaltet.	Was sollte der Verein tun, um Livestreams rechtssicher zu gestalten?	<p>Vorab klären:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Online /Livestream und ggf. VOD Lizenzen für das gesamte Programm. 2. Einwilligungen aller Mitwirkenden (Aufnahme/Streaming/Archiv). 3. Nur eigene Live Töne/Bilder; keine Fremdaufnahmen einblenden. 4. Bei Bearbeitungen/Medleys: Zustimmungen des Rechteinhabers (sofern erforderlich). <ul style="list-style-type: none"> • Nach dem Stream: VOD nur, wenn On Demand-Rechte vorliegen; sonst löschen oder stumm veröffentlichen.
3.4	Heimlich gefilmte Registerprobe als private Story; im Hintergrund 8 Sekunden eines aktuellen Pop-Arrangements; 120 Views inkl. Nicht-Mitglieder.	Ist ein kurzer Ausschnitt (8 Sekunden) urheberrechtlich relevant?	<p>Ja, in vielen Fällen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es gibt keine allgemeine Sekundengrenze. Auch kurze, wiedererkennbare Ausschnitte eines Musikwerks sind urheberrechtlich geschützt. • Die 15-Sekunden-Schwelle im Urheberrechts-Diensteanbieter-Gesetz (UrhDaG) gilt gemäß § 10 UrhDaG nur für sogenannte „mutmaßlich erlaubte Nutzungen“ auf Upload-Plattformen wie YouTube oder Instagram. Sie greift ausdrücklich nur, sofern die Nutzung nicht zu kommerziellen Zwecken erfolgt oder nur zur Erzielung unerheblicher Einnahmen dient (§ 10 UrhDaG). Für Vereinsaccounts, insbesondere bei Werbung oder Konzertpromotion, ist diese Regelung daher regelmäßig nicht anwendbar. Solche Ausschnitte bleiben ohne passende Rechte urheberrechtlich problematisch.
3.4	Heimlich gefilmte Registerprobe als private Story; im Hintergrund 8 Sekunden eines aktuellen Pop-Arrangements; 120 Views inkl. Nicht-Mitglieder.	Privater Account vs. Vereins-Account – Unterschied?	<p>Entscheidend ist die Öffentlichkeit der Wiedergabe.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ein Kreis mit 120 Personen (darunter Nicht Mitglieder) verlässt typischerweise den privaten Bereich. • Rechtslage: Auch auf einem privaten Account kann eine öffentliche Wiedergabe vorliegen.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
3.4	Heimlich gefilmte Registerprobe als private Story; im Hintergrund 8 Sekunden eines aktuellen Pop-Arrangements; 120 Views inkl. Nicht-Mitglieder.	Spielt die Erkennbarkeit/Identifizierbarkeit des Stücks eine Rolle?	<p>Ja. Je erkennbarer Werkteile (Melodie/Hook), desto eher liegt eine Nutzung geschützter Teile vor.</p> <ul style="list-style-type: none"> Bei eigenem Arrangement eines Pop Titels benötigen Sie in der Regel Bearbeitungs-/Nutzungsrechte zusätzlich
3.4	Heimlich gefilmte Registerprobe als private Story; im Hintergrund 8 Sekunden eines aktuellen Pop-Arrangements; 120 Views inkl. Nicht-Mitglieder.	Was sollte der Verein regeln, damit Mitglieder nicht unbedacht posten?	<p>Klare Social Media Guidelines:</p> <ol style="list-style-type: none"> Keine Uploads mit urheberrechtlich geschützter Musik, es sei denn, ausdrücklich freigegeben (z. B. zugelassene Plattformmusik). Vorab Freigabe für Reels/Stories von Proben und Konzerten. Verbot der Nutzung von fremden Aufnahmen (YouTube/Spotify) in Vereinsinhalten. Einwilligungen von Mitwirkenden und Erziehungsberechtigten (bei Jugendlichen) für Aufnahmen/Veröffentlichung. Checkliste bereitstellen (Werkstatus, Arrangements, Online Rechte, Plattformbedingungen). Admins benennen, die Posts prüfen und bei Claims sofort reagieren (Stummschaltung/Löschung).

Block 4: Stockfotos, Stockmusik und „kostenlos im Internet“

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
4.1	Canva Pro Team (5 Personen) erstellt Werbemittel; später: verwendete Fotos sind „Free“ und teils „Editorial use only“; ein Plakat läuft als Facebook-Ad.	Welche Canva-Inhalte dürfen für Vereinswerbung verwendet werden?	<p>Grundsatz: Es gilt die jeweilige Content-Lizenz des einzelnen Elements (Foto, Illustration, Musik, Video).</p> <ul style="list-style-type: none"> Für Vereinswerbung geeignet sind typischerweise Inhalte, die ausdrücklich für „Commercial Use“ freigegeben sind. Nicht verwenden für Werbung: Inhalte mit dem Hinweis „Editorial use only“. Diese sind regelmäßig nur für redaktionelle Kontexte (z. B. Berichterstattung) freigegeben. <p>Achten Sie zusätzlich auf:</p> <ul style="list-style-type: none"> Model-/Property-Releases: Erforderlich bei erkennbaren Personen, privaten Immobilien, Kunstwerken, Markenobjekten. Unzulässige Nutzungen: Keine Nutzung als Logo, kein Weiterverkauf als eigenständiges Bild, keine sensiblen Kontexte (z. B. politisch, gesundheitlich) ohne ausdrückliche Freigabe. Musik/Audio aus Canva: Nur nutzen, wenn die Lizenz Social Media und Werbung einschließt.
4.1	Canva Pro Team (5 Personen) erstellt Werbemittel; später: verwendete Fotos sind „Free“ und teils „Editorial use only“; ein Plakat läuft als Facebook-Ad.	Was bedeutet „Editorial Use“ vs. „Commercial Use“ im Vereinskontext?	<ul style="list-style-type: none"> Editorial Use: Nutzung zur Berichterstattung über Ereignisse von Nachrichtenwert; keine werbliche Aussage, keine Produkt-/Eventwerbung, keine Sponsorenplatzierung. Commercial Use: Nutzung zur Förderung Ihres Vereins, Veranstaltungswerbung, Ticketverkauf, Sponsoren-Kommunikation, Anzeigen. Konsequenz: Für Plakate, Flyer, Posts, Website-Banner und Ads brauchen Sie Commercial Use.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
4.1	Canva Pro Team (5 Personen) erstellt Werbemittel; später: verwendete Fotos sind „Free“ und teils „Editorial use only“; ein Plakat läuft als Facebook-Ad.	Sind Vereine „kommerziell“, auch wenn gemeinnützig?	<p>Häufig ja, bezogen auf die Nutzung:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sobald Sie Inhalte zur Werbung, Reichweitensteigerung, Mitglieder-/Spendenwerbung, Ticketverkauf oder Sponsoring einsetzen, handelt es sich lizenzrechtlich meist um kommerzielle Nutzung – auch bei gemeinnützigem Status.
4.1	Canva Pro Team (5 Personen) erstellt Werbemittel; später: verwendete Fotos sind „Free“ und teils „Editorial use only“; ein Plakat läuft als Facebook-Ad.	Was ist bei bezahlten Ads besonders zu beachten?	<p>Ads/Boosts gelten fast durchgängig als kommerzielle Nutzung.</p> <ul style="list-style-type: none"> Nur Assets verwenden, die ausdrücklich für Werbeanzeigen freigegeben sind. Keine „Editorial only“-Assets in Ads einsetzen. Marken, Logos, charakteristische Produkte in Bildern können zusätzliche Marken-/Designrechte berühren – in Ads besonders heikel.
4.1	Canva Pro Team (5 Personen) erstellt Werbemittel; später: verwendete Fotos sind „Free“ und teils „Editorial use only“; ein Plakat läuft als Facebook-Ad.	Wie kann der Verein Lizenznachweise dokumentieren?	<ul style="list-style-type: none"> Asset-ID, Titel, Lizenztext und Lizenztyp erfassen (Screenshot der Asset-Seite inkl. Datum/Uhrzeit). Rechnung/Abobestätigung und Team-Zuordnung (Seats) ablegen. Nutzungszweck dokumentieren (Medium, Zeitraum, Kampagne). Releases (Model/Property) mit der Asset-ID verknüpfen. Zentrale Rechte-Ablage (Ordner/Tool) nutzen und Zugriffsrechte intern regeln.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
4.2	Imagefilm nutzt Track mit „Creative Commons Attribution – CC BY 3.0“ von YouTube; Veröffentlichung auf YouTube/Instagram/Website; später Zahlungsaufforderung wegen angeblich nur nicht-kommerzieller Nutzung.	Was bedeutet „Creative Commons“ und welche Pflichten ergeben sich?	<p>Creative Commons (CC) sind Standardlizenzen, die kostenlose Nutzung unter Bedingungen erlauben.</p> <p>Pflichten je nach Lizenz, typischerweise:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Namensnennung (Urheber, Titel, Lizenz, Link) 2. Hinweis auf Änderungen, wenn editiert/gemischt 3. Share-Alike (bei SA-Lizenzen: gleiche Lizenz weitergeben) 4. Nicht-kommerziell (bei NC-Lizenzen: keine kommerzielle Nutzung) <ul style="list-style-type: none"> • Wichtig: Der Lizenzgeber muss zur Lizenzerteilung berechtigt sein. Ist der Upload nicht vom Rechteinhaber oder einem von ihm Bevollmächtigten erfolgt, besteht keine wirksame Lizenz – trotz CC-Hinweis. Der gutgläubige Erwerb von Nutzungsrechten ist im deutschen Urheberrecht nicht möglich; Sie können sich daher nicht auf die vermeintliche CC-Lizenz berufen, wenn der Uploader nicht berechtigt war.
4.2	Imagefilm nutzt Track mit „Creative Commons Attribution – CC BY 3.0“ von YouTube; Veröffentlichung auf YouTube/Instagram/Website; später Zahlungsaufforderung wegen angeblich nur nicht-kommerzieller Nutzung.	Welche CC-Lizenzen eignen sich für Vereine, welche nicht?	<p>Geeignet für Werbung/Öffentlichkeit (je nach Zweck):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. CC BY (Namensnennung) 2. CC BY-SA (Namensnennung, gleiche Lizenz bei Bearbeitung) 3. CC0 (Verzicht auf Rechte, faktisch frei nutzbar) <p>Eher ungeeignet für Vereinswerbung:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. CC BY-NC (Nicht-kommerziell) – Vereinswerbung, Sponsoring, Ticket-/Spendenkontext ist regelmäßig kommerziell 2. CC BY-ND (Keine Bearbeitungen) – Schnitt/Synchronisation mit Video kann als Bearbeitung gelten

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
4.2	Imagefilm nutzt Track mit „Creative Commons Attribution – CC BY 3.0“ von YouTube; Veröffentlichung auf YouTube/Instagram/Website; später Zahlungsaufforderung wegen angeblich nur nicht-kommerzieller Nutzung.	Was gilt als „kommerziell“ im Vereinskontext?	<p>Kommerziell ist jede Nutzung, die der Förderung von Angeboten dient oder Einnahmen ermöglicht/unterstützt, z. B.:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Imagefilme, Konzerttrailer, Spenden-/Mitgliederwerbung, Sponsoren-Darstellung, Ticketverkauf 2. Bezahlte Ads oder Kanäle mit Monetarisierung <p>Vorsicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Auch unentgeltliche Veranstaltungen können in CC-Sinne kommerziell sein, wenn der Clip Werbe-/Sponsoringzwecke erfüllt.
4.2	Imagefilm nutzt Track mit „Creative Commons Attribution – CC BY 3.0“ von YouTube; Veröffentlichung auf YouTube/Instagram/Website; später Zahlungsaufforderung wegen angeblich nur nicht-kommerzieller Nutzung.	Wie erkennt man verlässlich, ob die CC-Lizenz vom Urheber stammt?	<ul style="list-style-type: none"> • Uploader-Identität prüfen: Ist es der Komponist/Produzent selbst (verifizierter Kanal, Impressum, Website-Verknüpfung)? • Lizenzangaben plausibilisieren: Vollständige CC-Lizenzbenennung inkl. Link auf die Lizenz, Urhebername, Titel. • Gegencheck außerhalb von YouTube: Gibt es den Track auf offizieller Website mit CC-Hinweis? • Content-ID-/Copyright-Hinweise beachten: Häufige Claims sprechen gegen eine wirksame CC-Freigabe. • Dokumentation: Screenshots der Lizenzangaben, Kanal-/Künstlernachweise, Zeitstempel sichern. <p>Praxis-Tipp:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutzen Sie für Imagefilme bevorzugt CC BY/CC0 von etablierten Quellen oder lizenzierte Produktionsmusik. CC-NC und CC-ND vermeiden, wenn Werbung oder Schnitt/Synchronisation geplant ist.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
4.3	Pixabay-Foto „freie kommerzielle Nutzung“ wird in Programmheft und Plakaten genutzt; später meldet sich Fotograf: Upload war gestohlen, er fordert Schadensersatz.	Kann sich der Verein auf die Pixabay-Lizenz berufen, wenn sie unrechtmäßig war?	<p>Oft nicht zuverlässig möglich.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wenn der Uploader nicht berechtigt war, die Lizenz zu erteilen, fehlt es an einer wirksamen Rechtekette. Dann kann der tatsächliche Rechteinhaber Unterlassung und Schadensersatz verlangen. • Einige Plattformen bieten eingeschränkte Zusicherungen oder Freistellungen, die jedoch nicht alle Risiken abdecken. Maßgeblich bleibt das Urheberrecht des Fotografen.
4.3	Pixabay-Foto „freie kommerzielle Nutzung“ wird in Programmheft und Plakaten genutzt; später meldet sich Fotograf: Upload war gestohlen, er fordert Schadensersatz.	Was bedeutet „kostenlos“ und „Royalty Free“ rechtlich?	<p>„Kostenlos“ bezieht sich nur auf den Preis, nicht auf Rechtfreiheit. Nutzungen sind an Lizenzbedingungen gebunden.</p> <p>„Royalty Free“ bedeutet in der Regel keine nutzungsbezogenen Folgelizenzgebühren, aber kein Freifahrtschein:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Eingeschränkte Nutzungsarten, Ausschlüsse (z. B. Logos, sensible Themen), Stückzahlen oder Auflagen können gelten. 2. Keine Exklusivität; andere dürfen das Motiv ebenfalls nutzen.
4.3	Pixabay-Foto „freie kommerzielle Nutzung“ wird in Programmheft und Plakaten genutzt; später meldet sich Fotograf: Upload war gestohlen, er fordert Schadensersatz.	Wie kann der Verein sich absichern (Due Diligence)?	<ul style="list-style-type: none"> • Uploader prüfen: Profil, Historie, Portfolio; wirkt es wie der Originalfotograf? • Reverse Image Search (Rückwärtssuche) nutzen, um Originalquellen zu identifizieren. • Nachweis sichern: Screenshots der Lizenzseite, Uploader-Profil, Zeitstempel. • Model-/Property-Releases einsehen, wenn Personen/Privateigentum erkennbar sind. <p>Risikominimierung:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bei sensiblen Motiven oder hoher Reichweite bevorzugt Material von Premium-/Paid-Plattformen mit Garantien/Freistellungen. 2. Vertragliche Zusicherungen von beauftragten Fotografen/Grafikern einholen (inkl. Freistellung und Rechtekette).

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
4.3	Pixabay-Foto „freie kommerzielle Nutzung“ wird in Programmheft und Plakaten genutzt; später meldet sich Fotograf: Upload war gestohlen, er fordert Schadensersatz.	Welche Haftungsrisiken bestehen bei Stock-Plattformen?	<ul style="list-style-type: none"> • Abmahnung (Unterlassung, Löschung), Schadensersatz, Kostenerstattung. • Rufschaden durch Rückruf von Drucksachen/Posts. • Plattform-AGB sehen Haftungsbeschränkungen vor; der Nutzer bleibt oft in der Erstkontaktlinie gegenüber Rechteinhabern. • Drittrechte (Marken, Design, Persönlichkeitsrechte) können zusätzlich betroffen sein.

Block 5: Eigene Inhalte im Verein

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
5.1	Dirigent komponiert Jubiläumsmarsch; CD/Spotify; später Streit und Forderung: Verkauf stoppen und Stück nicht mehr spielen, weil Rechte nie abgetreten.	Wem gehören die Rechte an einer Komposition aus dem Vereinskontext?	<p>Grundsätzlich dem Komponisten. Der Urheber ist die Person, die das Werk geschaffen hat – hier der Dirigent.</p> <ul style="list-style-type: none">• Vereinsbezug ändert daran nichts. Auch wenn die Komposition im Rahmen der Vereinsarbeit entsteht, gehen die Rechte nicht automatisch auf den Verein über.• Nutzungsrechte müssen eingeräumt werden. Ohne ausdrückliche oder konkludente Rechteeinräumung darf der Verein das Werk nur sehr eingeschränkt nutzen. <p>Live-Aufführung:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ist der Komponist GEMA Mitglied, hat er der GEMA in der Regel seine Aufführungsrechte zur Wahrnehmung übertragen (Wahrnehmungsvertrag). Der Verein benötigt dann eine GEMA-Lizenz für die Aufführung; eine gesonderte Zustimmung des Komponisten ist für die reine Aufführung nicht erforderlich.• Ist er kein GEMA Mitglied, liegen die Aufführungsrechte unmittelbar bei ihm; der Verein braucht dann dessen ausdrückliche Zustimmung zur Aufführung. <p>Tonträger/Streaming (CD/Spotify):</p> <ul style="list-style-type: none">• Neben der Aufnahme- und Tonträgerherstellerseite braucht es Werkrechte (Vervielfältigung/Online-Nutzung). Diese werden oft über GEMA-Lizenzen abgedeckt, wenn der Komponist Mitglied ist; andernfalls direkt beim Komponisten.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
5.1	Dirigent komponiert Jubiläumsmarsch; CD/Spotify; später Streit und Forderung: Verkauf stoppen und Stück nicht mehr spielen, weil Rechte nie abgetreten.	Hätte eine schriftliche Regelung geholfen – und wie sollte sie aussehen?	<p>Ja, unbedingt. Eine klare, schriftliche Vereinbarung vermeidet Streit.</p> <p>Empfehlenswerte Inhalte (Auszug):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rechteeinräumung an den Verein: Aufführung (live), Aufnahme (Audio/Video), Vervielfältigung/Verteilung (CD, Download), Online-Nutzung (YouTube, Spotify, Website, Social Media), Bewerbung (Trailer/Clips mit Musik). 2. Umfang: zeitlich (z. B. unbegrenzt oder befristet), räumlich (z. B. weltweit), einfach oder exklusiv. 3. Namensnennung des Komponisten; Achtung auf das Persönlichkeitsrecht (keine entstellenden Änderungen). 4. Vergütung (z. B. pauschal oder Beteiligung, auch „0 €“ klar regeln). 5. GEMA-Status: Ist/bleibt der Komponist Mitglied? Wer meldet was an? 6. Materialien (Partitur/Stimmen): Lieferung, Format (PDF/Druck), Bearbeitungen/Transpositionen zulässig? 7. Rechte an Aufnahmen: Wer ist Inhaber am Master? Dürfen Dritte (z. B. Sponsoren, Gemeinde) die Aufnahmen verwenden? 8. Widerruf/Beendigung: Was passiert, wenn der Dirigent ausscheidet? Bestehende Veröffentlichungen dürfen weiter genutzt werden? <p>Praxis Tipp:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ein kurzes, verständliches zweiseitiges „Kompositions- und Nutzungsvereinbarungs“-Formular reicht oft aus, wenn die Punkte oben abgedeckt sind.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
5.1	Dirigent komponiert Jubiläumsmarsch; CD/Spotify; später Streit und Forderung: Verkauf stoppen und Stück nicht mehr spielen, weil Rechte nie abgetreten.	Hätte eine schriftliche Regelung geholfen – und wie sollte sie aussehen?	<p>Aufführung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bei GEMA-Mitgliedschaft des Komponisten kann der Verein weiter aufführen, solange die GEMA-Lizenz korrekt ist. • Ohne GEMA-Mitgliedschaft braucht der Verein eine Zustimmung; eine stillschweigende Erlaubnis kann sich allenfalls auf die Erstaufführung im Jubiläumskontext beschränken. <p>CD/Spotify/YouTube:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ohne klare Rechte ist die Veröffentlichung regelmäßig nicht gedeckt. Der Komponist kann Unterlassung verlangen. • Schnelle Lösung: Nachlizenzieren (schriftliche Zustimmung, ideal mit Rückwirkung) oder Vertrieb vorläufig stoppen, bis die Rechte geklärt sind. <p>Änderungen/Bearbeitungen: Ohne Erlaubnis dürfen keine gestalterischen Änderungen vorgenommen werden, die das Werk verfremden könnten.</p>
5.1	Dirigent komponiert Jubiläumsmarsch; CD/Spotify; später Streit und Forderung: Verkauf stoppen und Stück nicht mehr spielen, weil Rechte nie abgetreten.	Was gilt für Arrangements, die ein Dirigent während seiner Vereinstätigkeit erstellt?	<p>Arrangements sind eigenständige schöpferische Leistungen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Rechte an den gestaltenden Teilen liegen beim Arrangeur. • Wenn fremde Werke bearbeitet werden: Die Bearbeitung ist zustimmungspflichtig, solange das Original erkennbar bleibt. Gemeinfreie Vorlagen können frei bearbeitet werden, die konkrete Ausgabe (z. B. Verlagssatz) kann aber separat geschützt sein. <p>Im Vereinskontext:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ohne Vereinbarung erhält der Verein nur die Rechte, die nach dem Zweck der Tätigkeit naheliegen (z. B. interne Aufführung). • Verbreitung/Verkauf/Online-Stellung der Arrangements ist ohne ausdrückliche Erlaubnis meist nicht umfasst. <p>Praxis Tipp:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mit dem Dirigenten/Arrangeur schriftlich regeln, welche Nutzungen (Aufführung, Archiv, Teilen mit Nachbarvereinen, Verkauf, Online) erlaubt sind.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
5.2	Sommerkonzert wird professionell gefilmt/ aufgenommen und ohne Rücksprache auf YouTube veröffentlicht; Solistinnen und Musiker widersprechen.	Braucht der Verein die Zustimmung der Musiker für Konzertmitschnitte?	<p>Ja, regelmäßig. Ausübende Künstler (Musikerinnen/Musiker) haben eigene Rechte an ihrer Darbietung.</p> <ul style="list-style-type: none"> Erforderlich sind: <ol style="list-style-type: none"> Zustimmung zur Aufnahme (Audio/Video), Zustimmung zur Verwertung (Vervielfältigung, Veröffentlichung, Online-Bereitstellung), ggf. Zustimmung zur Namensnennung und Bildveröffentlichung (Recht am eigenen Bild). GEMA-Lizenz ersetzt diese Zustimmungen nicht. Sie betrifft die Werkrechte, nicht die Leistungsschutzrechte der Mitwirkenden.
5.2	Sommerkonzert wird professionell gefilmt/ aufgenommen und ohne Rücksprache auf YouTube veröffentlicht; Solistinnen und Musiker widersprechen.	Unterschied Solist vs. Tutti?	<ul style="list-style-type: none"> Solisten sind besonders hervorgehoben; ohne deren ausdrückliche Zustimmung sollte kein Solo-Material veröffentlicht werden. Tutti (Gesamtorchester/Chor): Auch hier bestehen Rechte aller Mitwirkenden. In der Praxis wird die Zustimmung vorab kollektiv eingeholt (z. B. über eine Einverständniserklärung im Proben-/Mitgliedermanagement). Erkennbarkeit: Wer erkennbar abgebildet/zu hören ist, sollte eine Einwilligung erteilt haben; bei Minderjährigen die Erziehungsberechtigten.
5.2	Sommerkonzert wird professionell gefilmt/ aufgenommen und ohne Rücksprache auf YouTube veröffentlicht; Solistinnen und Musiker widersprechen.	Gelten für Aushilfen und Gastmusiker andere Regeln?	<p>Nein. Auch Aushilfen/Gastmusiker haben die gleichen Rechte an ihrer Darbietung und an ihrem Bild.</p> <p>Praxis Tipp:</p> <ul style="list-style-type: none"> In Engagement-/Aushilfsverträgen die Aufnahme- und Veröffentlichungsrechte klar regeln (Zweck, Kanäle, Dauer, Vergütung, Widerruf). Vor dem Konzert die Einwilligungen einholen; ohne Einwilligung nicht veröffentlichen oder betroffene Stellen unkenntlich machen.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
5.2	Sommerkonzert wird professionell gefilmt/ aufgenommen und ohne Rücksprache auf YouTube veröffentlicht; Solistinnen und Musiker widersprechen.	Was sollte der Verein vor einer Aufnahme regeln?	<p>Einwilligungen der Mitwirkenden in Aufnahme und sämtliche geplanten Nutzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Live Mitschnitt, Fotos, kurze Clips, Vollvideo, Livestream, VOD (dauerhaft online), • Kanäle: Website, YouTube, Facebook/Instagram, interne Cloud, Presse, Sponsoren, • Dauer und Territorium (z. B. zeitlich unbefristet, weltweit), • Namensnennung, Bildnutzung, Bearbeitungen (Schnitt, Teaser). <p>Rechtekette an der Aufnahme:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mit dem Videoteam/Tonstudio vertraglich klären, dass der Verein die umfassenden Nutzungsrechte am Master erhält (inkl. Social Media, Ads, VOD). <p>Werk- und Notenrechte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • GEMA für die Online-Nutzung (falls erforderlich), • bei Bearbeitungen/Arrangements die nötigen Zustimmungen. <p>Datenschutz/Persönlichkeitsrechte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hinweise im Saal („Es wird aufgezeichnet“), Opt out-Möglichkeit für Publikum, • Einwilligungen der Mitwirkenden (bei Jugendlichen: Eltern). <p>Sperr-/Freigabeprozess:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interne Abnahme der finalen Videos, • Freigaben von Solisten/Dirigent, • Regelung, wie mit Widersprüchen umgegangen wird.

Block 6: KI-Tools in der Vereinskommunikation

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
6.1	Programmhefttext wird mit ChatGPT erstellt und 1:1 übernommen; später fällt starke Ähnlichkeit zu Fachartikel (2019) auf.	Darf ein Verein KI-generierte Texte verwenden?	<p>Ja, grundsätzlich dürfen Sie KI-Tools zur Texterstellung nutzen.</p> <ul style="list-style-type: none"> Achten Sie darauf, dass der übernommene Text eigenständig ist und keine geschützten Passagen aus fremden Werken wiedergibt. Risiko: KI kann Formulierungen erzeugen, die nahe an vorhandenen Texten liegen. Das kann Urheberrechte verletzen oder als unlauter gelten. <p>Praxis Tipp:</p> <ul style="list-style-type: none"> Output redaktionell prüfen, überarbeiten und personalisieren. Bei auffälliger Ähnlichkeit: umschreiben oder neu erstellen. Bei Zitaten: klarer Zitatzzweck, Quellenangabe, sparsam und nur so viel wie nötig.
6.1	Programmhefttext wird mit ChatGPT erstellt und 1:1 übernommen; später fällt starke Ähnlichkeit zu Fachartikel (2019) auf.	Wem gehören die Rechte an KI-generierten Inhalten?	<ul style="list-style-type: none"> Rein maschinell erzeugter Text ist nach überwiegender Auffassung nicht als urheberrechtlich geschütztes Werk einzuordnen, weil es an einer menschlichen schöpferischen Leistung fehlt (§ 2 Abs. 2 UrhG verlangt eine „persönliche geistige Schöpfung“). Schutz kann entstehen, wenn ein Mensch die KI gezielt als Werkzeug für eine Schöpfung verwendet – etwa mit komplexen Vorgaben die Schöpfung wesentlich steuert oder eine eigene schöpferische Leistung in die Weiterentwicklung einbringt. Auch die Auswahl, Struktur und eigenständige Überarbeitung des KI-Outputs können schutzfähig sein. Ihre redaktionellen Beiträge (Auswahl, Umschreiben, Struktur) können schutzfähig sein. Nutzungsrechte ergeben sich zusätzlich aus den AGB des KI-Anbieters; dort wird meist geregelt, dass Sie den Output nutzen dürfen (oft nicht exklusiv). <p>Praxis Tipp:</p> <ul style="list-style-type: none"> Intern dokumentieren, welche menschlichen Bearbeitungen erfolgt sind (Versionen, Redakteur).

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
6.1	Programmhefttext wird mit ChatGPT erstellt und 1:1 übernommen; später fällt starke Ähnlichkeit zu Fachartikel (2019) auf.	Was ist, wenn die KI auf geschützte Werke zurückgreift?	<ul style="list-style-type: none"> Das Training von KI kann rechtlich zulässig sein; maßgeblich ist für Sie aber, ob der Output geschützte Inhalte reproduziert. Problematisch sind wörtliche oder nahe wörtliche Übernahmen erkennbarer Passagen aus Dritttiteln. Prüfen Sie bei verdächtiger Ähnlichkeit stichprobenartig mit Suche/Plagiatscheck und dokumentieren Sie die eigene Überarbeitung. <p>Wichtig:</p> <ul style="list-style-type: none"> Geben Sie in KI Prompts keine fremden, nicht lizenzierten Volltexte ein; das Hochladen kann bereits eine Vervielfältigung sein.
6.1	Programmhefttext wird mit ChatGPT erstellt und 1:1 übernommen; später fällt starke Ähnlichkeit zu Fachartikel (2019) auf.	Sollte der Verein kennzeichnen, dass Inhalte KI-generiert sind?	<p>Für normale Textbeiträge besteht meist keine ausdrückliche gesetzliche Kennzeichnungspflicht.</p> <ul style="list-style-type: none"> Empfehlenswert ist Transparenz, wenn KI wesentlich mitgewirkt hat – insbesondere gegenüber Ihrem Publikum (Vertrauensschutz). Bei täuschend echten synthetischen Medien (z. B. realistisch wirkende Stimmen/Bilder) werden Transparenzhinweise vermehrt erwartet. Sofortmaßnahmen bei dem konkreten Fall: Den betroffenen Text überarbeiten oder austauschen. Falls noch online/gedruckt: Richtigstellung oder stille Korrektur mit neuer Fassung. <p>Für die Zukunft:</p> <ul style="list-style-type: none"> Redaktionsworkflow mit KI Check und Vier Augen Prinzip.
6.2	Midjourney generiert Konzertplakat; Fotograf behauptet starke Ähnlichkeit zu seinem Foto und meldet sich nach dem Konzert.	Wem gehören die Rechte an KI-generierten Bildern?	<ul style="list-style-type: none"> Rein KI generierte Bilder sind nicht urheberrechtlich geschützt; Schutz entsteht erst, wenn ein menschlicher, kreativer Anteil prägend ist (z. B. kuratierte Komposition, Nachbearbeitung). Nutzungsrechte am KI Bild ergeben sich vorrangig aus den AGB/Lizenzbedingungen des Tools (z. B. erlaubte kommerzielle Nutzung, Namensnennung, Einschränkungen je Tarif). <p>Praxis Tipp:</p> <ul style="list-style-type: none"> Prüfen und dokumentieren Sie die Lizenz des Tools, die Prompts, die Bearbeitungsschritte und den Einsatzkontext (Plakat/Ads).

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
6.2	Midjourney generiert Konzertplakat; Fotograf behauptet starke Ähnlichkeit zu seinem Foto und meldet sich nach dem Konzert.	Kann eine KI urheberrechtlich geschützte Werke verletzen?	<ul style="list-style-type: none"> • Ja. Wenn der Output einem bestehenden Foto erkennbar zu ähnlich ist (Motiv, Komposition, Perspektive, charakteristische Merkmale), kann eine unzulässige Übernahme vorliegen. • Stilvorgaben sind unkritischer als die konkrete Gestaltung; geschützt ist die Ausdrucksform, nicht der Stil.
6.2	Midjourney generiert Konzertplakat; Fotograf behauptet starke Ähnlichkeit zu seinem Foto und meldet sich nach dem Konzert.	Haftet der Verein, wenn ein KI-Bild „zu nah“ an einem echten Foto ist?	<p>Regelmäßig ja, als Nutzer und Veröffentlichter des Plakats. Gute Absicht oder Tool Nutzung entlastet nicht zuverlässig.</p> <p>Risiken: Unterlassung, Löschung, Schadensersatz, Kostenerstattung.</p> <p>Praxis Tipp bei Beanstandung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Schnell reagieren: Motiv offline nehmen, Dialog suchen, Vergleich/Lizenz prüfen. • Interne Prüfung: Prompts, Referenzbilder, Bearbeitung, Grad der Ähnlichkeit. • Ersatzmotiv nutzen und Workflows anpassen (siehe unten).
6.2	Midjourney generiert Konzertplakat; Fotograf behauptet starke Ähnlichkeit zu seinem Foto und meldet sich nach dem Konzert.	Was sollten Vereine in den AGB der KI-Anbieter beachten?	<ul style="list-style-type: none"> • Erlaubte Nutzungen: Kommerzielle Nutzung/Ads, Auflagen/Verbreitung, Namensnennungspflichten. • Gewährleistungen/Haftung: Häufig keine Zusicherung, dass der Output rechtfrei ist; Freistellungen sind begrenzt. • Pflichten des Nutzers: Keine Eingabe fremder, geschützter Vorlagen ohne Rechte; Einhaltung Policy (Marken, Personenbilder). • Datenverwendung: Ob Prompts/Uploads zum KI Training verwendet werden; ggf. Opt out nutzen. • Speicher und Teamzugang: Wer kann auf Projekte zugreifen; Dokumentation der Rechtekette. <p>Präventions Check vor Veröffentlichung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reverse Image Search (Rückwärtssuche) zum Abgleich auffälliger Ähnlichkeiten. • Keine Prompt Vorgaben wie „mach Bild XY“ oder Uploads fremder Referenzfotos ohne Rechte. • Bei ikonischen Motiven (z. B. bekannte Filmszenen, Posen) besonders vorsichtig. • Freigabeprozess mit Vier Augen Prinzip und Screenshot Doku von Prompt/AGB Stand.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
6.3	KI-Tool analysiert bekannte Filmmusik und erzeugt „ähnliches“ Stück; Verein spielt es als Fanfare und lädt es auf YouTube; Kommentar: „klingt 1:1 wie Star Wars“.	Darf eine KI bestehende Werke analysieren und „nachahmen“?	<ul style="list-style-type: none"> Die Analyse („Text & Data Mining“) kann unter bestimmten Bedingungen zulässig sein. Entscheidend ist aber: Der Output darf kein urheberrechtlich geschütztes Werk reproduzieren. Nachahmung eines Stils ist eher unkritisch; erkennbare Melodien/Hooks/Sequenzen aus konkreten Stücken sind problematisch.
6.3	KI-Tool analysiert bekannte Filmmusik und erzeugt „ähnliches“ Stück; Verein spielt es als Fanfare und lädt es auf YouTube; Kommentar: „klingt 1:1 wie Star Wars“.	Wo liegt die Grenze zwischen „Stil“ und „Werk“?	<ul style="list-style-type: none"> Nicht geschützt: Stil, typische Klangfarben, generische Begleitmuster. Geschützt: Konkrete Ausdrucksform, insbesondere erkennbare Melodien, prägnante Themen, charakteristische Sequenzen oder ein präziser Arrangement Fingerprint. <p>Faustregel: Je wiedererkennbarer die melodisch rhythmischen Kernelemente, desto höher das Risiko einer Übernahme.</p>
6.3	KI-Tool analysiert bekannte Filmmusik und erzeugt „ähnliches“ Stück; Verein spielt es als Fanfare und lädt es auf YouTube; Kommentar: „klingt 1:1 wie Star Wars“.	Wer haftet, wenn das KI-Stück zu nah am Original ist?	<ul style="list-style-type: none"> In der Praxis haftet der Verein, der das Stück aufführt und veröffentlicht (YouTube). Auch der Komponist/Ersteller des KI Arrangements kann in Anspruch genommen werden. Tool Anbieter sind selten erster Adressat. <p>Risiken: Takedown/Blockierung, Unterlassung, Schadensersatz, Sperren auf Plattformen.</p>
6.3	KI-Tool analysiert bekannte Filmmusik und erzeugt „ähnliches“ Stück; Verein spielt es als Fanfare und lädt es auf YouTube; Kommentar: „klingt 1:1 wie Star Wars“.	Sollte der Verein offenlegen, dass das Stück KI-generiert ist?	<ul style="list-style-type: none"> Rechtlich meist nicht zwingend, solange keine Irreführung vorliegt und kein täuschend echtes Imitat einer bestimmten Künstlerstimme/ performance verwendet wird. Empfehlenswert aus Transparenzgründen, insbesondere bei PR Material oder wenn mit KI Innovationsfaktor

Block 7: Haftung, Freigabeprozesse und Risikomanagement

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
7.1	Unklare Zuständigkeiten für Social Media; mehrere posten; nach Reel kommt Abmahnung (800 EUR). Vorstand weiß nicht: wer hatte Zugriff, wer hat gepostet.	Wer haftet im Verein für Rechtsverletzungen in Social Media?	<p>Primär haftet der Verein als Betreiber der Accounts und Herausgeber der Inhalte für Unterlassung und Beseitigung.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mitverantwortlich können die handelnden Personen sein (z. B. Admins/Ersteller des Posts), wenn sie rechtswidrige Inhalte einstellen. • Der Vorstand ist im Innenverhältnis verpflichtet, für eine angemessene Organisation und Kontrolle zu sorgen. Verletzt er diese Organisationspflichten grob, können im Einzelfall auch persönliche Haftungsrisiken gegenüber dem Verein bzw. in Ausnahmefällen Dritten bestehen. • Unterlassungsansprüche richten sich häufig zuerst gegen den Verein; Schadensersatz kann zusätzlich die handelnde Person treffen. • Plattform-Sperren oder -Stummschaltungen ersetzen nicht die Klärung der Rechte – Ansprüche können unabhängig davon bestehen.
7.1	Unklare Zuständigkeiten für Social Media; mehrere posten; nach Reel kommt Abmahnung (800 EUR). Vorstand weiß nicht: wer hatte Zugriff, wer hat gepostet.	Sollte es eine benannte verantwortliche Person geben?	<p>Ja. Benennen Sie eine verantwortliche Social Media Person (oder ein kleines Team) mit klaren Befugnissen und Pflichten.</p> <p>Rollen sauber trennen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Content Owner (verantwortet den Inhalt), • Rechts /Freigabe Owner (prüft Rechte/Checkliste), • Account Admin (technische Veröffentlichung). <ul style="list-style-type: none"> • Vertretungsregel und Erreichbarkeit festlegen (z. B. bei Eilfällen, Abmahnungen, Takedowns).

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
7.1	Unklare Zuständigkeiten für Social Media; mehrere posten; nach Reel kommt Abmahnung (800 EUR). Vorstand weiß nicht: wer hatte Zugriff, wer hat gepostet.	Was sollte der Verein dokumentieren (Freigabeprozesse, Zugriffsrechte)?	<p>Zugriffs- und Rollenverwaltung:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wer hat Admin-/Editor Zugang zu welchen Konten? 2. 2 Faktor Authentifizierung und Passwort Manager verwenden. 3. Offboarding Prozess bei Austritt. <p>Freigabeprozess pro Beitrag:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Checkliste (Musikrechte, Bildrechte, Persönlichkeitsrechte, Marken, Stock-/CC Lizenzen, Minderjährige). 2. Freigabe durch benannte Stelle (Vier Augen Prinzip), Datum/Name dokumentieren. <p>Rechte Nachweise je Asset:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lizenzen/Belege (Screenshots/Rechnungen, Asset IDs, CC Angaben), 2. Einwilligungen (z. B. Foto-/Video Releases), 3. Hinweise zu GEMA/Arrangements/Livestream Rechten. <ul style="list-style-type: none"> • Posting Log: Wer hat wann was veröffentlicht/geändert/gelöscht. • Incident Protokoll: Meldungen/Claims, Reaktionsschritte, Fristen, Ergebnis.
7.1	Unklare Zuständigkeiten für Social Media; mehrere posten; nach Reel kommt Abmahnung (800 EUR). Vorstand weiß nicht: wer hatte Zugriff, wer hat gepostet.	Wie kann der Verein präventiv Risiken minimieren?	<ul style="list-style-type: none"> • Klare Do's & Don'ts für Musik, Bilder, Logos, Noten und Personenabbildungen. • Rechtearme Motive bevorzugen (eigene Aufnahmen, rechtklare Stock Assets mit „Commercial Use“). • Vorlagen und Mustertexte bereitstellen (rechtssichere Standardclaims, Impressum/Kontakt). • Schulungen für Admins und häufig postende Mitglieder; kurze 1 Seiten Checkliste nutzen. • Schnelles Takedown Verfahren definieren (Frist, Zuständigkeit, Ersatzmotiv). • Versicherungsschutz prüfen: Vereins Vermögensschadenhaftpflicht/Rechtsschutz; interne Selbstbeteiligung klären.

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
7.2	Wiederkehrende Sperren/ Abmahnungen: YouTube (Musik), Facebook (Stockfoto), Instagram (stumm), Anwalt wegen Stadtfest-Foto.	Welche Inhalte verursachen erfahrungsgemäß die meisten Probleme?	<p>Musikrechte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plattform Musik außerhalb der erlaubten Bibliotheken, • fremde Aufnahmen (YouTube/Spotify Rips), • Livestream/VOD ohne Online Lizenzen. <p>Bilder/Grafiken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fan Art, Google Bilder, Logos/Marken, • Stockfotos mit „Editorial use only“, fehlende Model-/Property Releases, • gestohlene Uploads auf „Free“-Plattformen. <p>Noten/Arrangements:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotos von Notenausschnitten, • Bearbeitungen/Medleys ohne Zustimmung. <p>Persönlichkeitsrechte/DSGVO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erkennbare Personen, besonders Kinder, ohne Einwilligung, • Stadtfest Fotos mit professionellen Fotografen (Rechtekette unklar).
7.2	Wiederkehrende Sperren/ Abmahnungen: YouTube (Musik), Facebook (Stockfoto), Instagram (stumm), Anwalt wegen Stadtfest-Foto.	Wie kann ein Verein ein internes Frühwarnsystem aufbauen?	<p>Risikofilter vor Veröffentlichung (Pflichtfelder):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quelle/Urheber, Lizenztyp, Nachweise (Upload von Screenshot/Datei), • Einwilligungen bei Personenbildern, • Musikquelle (eigene Aufnahme/Stock/Plattformbibliothek). <p>Technische Checks:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reverse Image Search bei kritischen Motiven, • Kurzcheck von Musik (keine fremden Masters, keine verbotene Plattformmusik in Ads). <p>Monitoring und Reaktionskette:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zentrale Kontaktadresse für Rechteinhaber (Impressum, Social Inbox), • 24–48 Stunden Ziel für Prüfung/Takedown, • Claim Musterantworten und Eskalationsstufen (Takedown > Rechteklärung > ggf. Wiederveröffentlichung). <p>Lessons Learned:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nach jedem Vorfall Kurzreview und Checkliste nachschärfen, • Sperr /Claim Statistik führen (Ursachen, Plattform, Kosten).

Fall	Falldarstellung (kurz)	Frage	Antwort (praxisnah)
7.2	Wiederkehrende Sperren/ Abmahnungen: YouTube (Musik), Facebook (Stockfoto), Instagram (stumm), Anwalt wegen Stadtfest-Foto.	Wann lohnt sich eine rechtliche Prüfung vor Veröffentlichung?	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Reichweite/Budget (Plakatkampagnen, bezahlte Ads, Pressepakete). • Drittrechte betroffen: Musik (insb. bekannte Titel), Filmmotive/Marken, Fan Art, Noten/Medleys. • Personenbilder mit besonderer Sensibilität: Kinder, Solisten, Nahportraits, Publikum. • Livestream/VOD oder Sponsoren-/Koop Inhalte mit Logos/Marken. • Unklare Lizenzen (z. B. „Free“, CC NC/ND, „Editorial only“).
7.2	Wiederkehrende Sperren/ Abmahnungen: YouTube (Musik), Facebook (Stockfoto), Instagram (stumm), Anwalt wegen Stadtfest-Foto.	Was sollte in einer vereinsinternen Social-Media-Richtlinie stehen?	<p>Zuständigkeiten und Prozesse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rollen (Content Owner, Rechts Freigabe, Admin), • oVier Augen Freigabe, Vertretung/Eilfälle. <p>Rechte und Einwilligungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Musiknutzung (zulässige Quellen, Verbot fremder Masters), • Bild-/Videoregeln, Einwilligungen (insb. Kinder), • Stock/CC Nutzung (nur „Commercial Use“, Dokumentationspflicht), • Umgang mit Noten/Arrangements (keine Notenfotos, Bearbeitungserlaubnisse). <p>Do's & Don'ts:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keine Logos/Marken ohne Freigabe, keine Fan Art/Google Bilder, • Keine Veröffentlichung ohne Lizenzen/Nachweise. <p>Sicherheit und Zugriff:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2FA, Passwort Manager, Offboarding, Rollenvergabe. <p>Crisis /Incident Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meldewege, Takedown Fristen, Musterantworten, Dokumentation. <p>Archiv & Nachweise:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechte Ablage (Lizenzen, Releases, Freigaben), Posting Log, Aufbewahrungsfristen.

Fallbeispiele: Urheberrecht im Musikverein

Stand März 2026

Blasmusikverband Baden-Württemberg e. V.

Eisenbahnstraße 59

73207 Plochingen

+49 (0) 71 53 92 81 610

service@blasmusikverband-bw.de

www.blasmusikverband-bw.de

Rechtsanwalt Frank Weiß

Anwaltskanzlei Weiß & Partner®

Rechtsanwälte, Patentanwalt

Katharinenstraße 16

73728 Esslingen

+49 (0) 711 88241006

frank.weiss@ratgeberrecht.eu

www.ratgeberrecht.eu