



BROST CLABEN
MEDIENKANZLEI

Leitfaden 2026

für Content Creator und
Managements

**Rechtliche Aspekte des
Influencer-Marketings**

Inhalt

- Rechtssichere Gestaltung von Management- und Kooperationsverträgen
- Kennzeichnungspflichten
- Rechtssichere Gestaltung eines Social-Media Profils
- Künstlersozialkasse
- Urheberrechte
- Persönlichkeitsrechte
- Account-Sperre



Rechtssichere Gestaltung von Managementverträgen

Klare Regelung der Rechte und Pflichten

Die Leistungen beider Parteien sollten präzise beschrieben sein. Wichtig: Ausgewogene Vertragsgestaltung, künstlerische Entscheidungsfreiheit darf nicht übermäßig eingeschränkt werden (KG Berlin, Beschluss v. vom 20. 01 2026, Az. 2 U 135/23).

Vergütung

Üblich ist eine prozentuale Umsatzbeteiligung der Agentur an den durch sie vermittelten Kooperationen. Hier sollte transparent und verständlich geregelt werden, an welchen Einnahmen das Management beteiligt wird.

Vertragslaufzeit und Kündigung

Eindeutige Regelungen zu Vertragslaufzeiten und Kündigungsmöglichkeiten. Ein Ausschluss der Kündigungsmöglichkeit nach § 627 BGB muss individuell ausgehandelt werden (OLG Hamburg, Beschluss v. 20.09.2024, 7 W 110/24).

Sunset-Klauseln

Solche Vereinbarungen sichern nachträgliche Beteiligungen des Managements an Kooperationen, die während der Zusammenarbeit vermittelt wurden. Bei der Gestaltung ist auf Transparenz und Angemessenheit (z.B. zeitliche Beschränkung) zu achten.



Rechtssichere Gestaltung von Kooperationsverträgen



Klare Regelung der Rechte und Pflichten

Festlegung der zeitlichen, technischen und inhaltlichen Anforderungen an den Content sowie des Ablaufs der Freigabe.



Vergütung

Regelung von Art, Höhe und Fälligkeit der Vergütung sowie des Umgangs mit bereitgestellten Produkten (z. B. Rückgabepflicht oder Eigentumsübertragung).



Nutzungsrechte

Eindeutige Bestimmung, wem welche Rechte an dem erstellten Content zustehen – ein häufiger Streitpunkt in der Praxis.



Exklusivität

Festlegung, ob und für welchen Zeitraum Creator keine Werbung für Konkurrenzprodukte machen dürfen.




Haftungsregelungen

Absicherung beider Parteien durch klare Haftungsvereinbarungen. Unternehmen können für Wettbewerbsverstöße von Creatern haftbar gemacht werden, § 8 Abs. 2 UWG.

Kennzeichnungspflichten


Kennzeichnung von Werbung

Werbung muss deutlich gekennzeichnet werden mit eindeutigen Begriffen wie „Werbung“ oder „Anzeige“, die Kennzeichnungspflicht besteht bei jeglicher Gegenleistung (z. B. Produkte, Einladungen, Reisekostenerstattung) – auch wenn keine Pflicht zur Veröffentlichung eines Beitrags besteht (OLG Karlsruhe, Urteil v. 03.03.2026, 14 UKL 2/24).

 Besondere Anforderungen können z.B. bei Arzneimittel- (OLG Köln, Urteil vom 11.09.2025 , Az. 6 U 118/24) und Lebensmittelwerbung gelten.

Kennzeichnung von KI-Inhalten

Ab dem 02.08.2026 müssen insbesondere KI generierte Inhalte (z.B. Bilder, Avatare, Filter) gekennzeichnet werden. Die Kennzeichnung muss in „klarer und eindeutiger Weise“ erfolgen. Für Tätigkeiten auf dem deutschen Markt sollte daher eine deutschsprachige Kennzeichnung (z. B. „KI-generiert“) verwendet werden. Verstöße können nicht nur Bußgelder nach sich ziehen, sondern auch wettbewerbsrechtliche Ansprüche auslösen, etwa durch Mitbewerber oder Verbände.

 In bestimmten Fällen können auch KI-generierte Texte kennzeichnungspflichtig sein

Rechtssichere Gestaltung eines Social-Media Profils

Impressumspflicht und Datenschutzerklärung

Geschäftsmäßige Profile müssen ein Impressum aufweisen. Das Impressum muss vom Social-Media-Profil innerhalb von zwei Klicks erreichbar sein. Geschäftsmäßige Profile benötigen zudem eine Datenschutzerklärung. Die Einbindung kann über mehrere „sprechende Links“ in der Bio erfolgen oder über ein Drittanbieter-Tool mit einer separaten Landingpage.

c/o Adresse des Managements im Impressum

Die Angabe einer c/o Adresse des Managements im Impressum des Creators kann zulässig sein, wenn hierüber eine Erreichbarkeit sichergestellt ist.

Markenrecht

Beiträge und deren Captions sowie Benutzernamen dürfen grds. keine markenrechtlich geschützten Begriffe enthalten. Die Nutzung fremder Marken ohne Erlaubnis kann rechtliche Konsequenzen haben. Besondere Vorsicht ist bei bekannten Marken und markanten Begriffen geboten, insb. in den Bereichen Mode, Kosmetik und Lebensmittel. Auch im Beitrag enthaltene Designs und Aufdrucke sollten auf (marken- aber auch urheberrechtlich) geschützte Elemente prüfen.

Die Künstlersozialkasse

Für Creator

Nach Angaben der Künstlersozialkasse (KSK) sind Content Creator Künstler. Daher sind sie grds. berechtigt und verpflichtet sich in der Künstlersozialversicherung zu versichern. Hierfür müssen sie monatlich Versicherungsbeiträge entrichten.

Für Unternehmen

Unternehmen, die Creator für kreative Leistungen beauftragen, müssen hingegen die Künstlersozialabgabe (KSA) abführen. Auch Sachleistungen sind für die KSA relevant (Bsp. Barter-Deal). Die Künstlersozialabgabe darf nicht auf den Creator abgewälzt werden. Der Abgabesatz beträgt für das Jahr 2026 4,9 %.

Für Agenturen/Managements

Managements und Agenturen können ebenfalls verpflichtet sein, die Künstlersozialabgabe abzuführen, z.B. wenn der Werbekunde im Ausland sitzt. Hier kann vor allem eine klare Vertragsgestaltung hilfreich sein.

Wichtige Ausnahmen

Keine KSA, wenn die Zahlungen an den Künstler unter 450 Euro jährlich liegen. Zahlungen an eine juristische Person (Bsp. GmbH) sind nicht abgabepflichtig.

Mehr: <https://brostclassen.de/medialawblog/kuenstlersozialabgabe-influencer-unternehmen-managements/>

Social Media und Urheberrechte

Bild und Videos

Bilder und Videos bei Instagram und Co. sind oft urheberrechtlich geschützt. Ohne Erlaubnis dürfen solche Werke grds. nicht verwendet werden. Wer nicht selbst Urheber ist, hat sicherzustellen, dass er die Nutzungsrechte vom Rechteinhaber erworben hat oder eine gesetzliche Ausnahme (z.B. Zitatrecht) greift.

Musiknutzung

Für die Nutzung von Musik auf Plattformen wie Instagram gilt: Private Nutzungen sind grundsätzlich erlaubt, da die Plattformen entsprechende Verträge mit Rechteinhabern abgeschlossen haben. Wann ein Post nicht mehr als privat, sondern als kommerziell einzustufen ist, ist am Einzelfall zu beurteilen. Grundsatzentscheidungen hierzu fehlen bislang.

(Mehr: <https://brostclassen.de/medialawblog/musiknutzung-in-den-sozialen-medien/>)


Rechtliche Konsequenzen

Bei Urheberrechtsverletzungen droht eine kostenpflichtige Abmahnung und eine Schadensersatzforderung. Häufige Berechnungsmethode: Fiktive Lizenzvergütung, es wird der Abschluss eines Lizenzvertrages zu angemessenen Bedingungen fingiert. Solche Schreiben sollten ernst genommen und geprüft werden – andernfalls droht ein gerichtliches Verfahren.

Social Media und Persönlichkeitsrechte

Äußerungsrecht / Schutz von Persönlichkeitsrechten

Unzulässig sind u.a.: Unwahre Behauptungen, Beleidigungen, Verletzung der Intim- oder Privatsphäre, Verdachtsäußerungen ohne hinreichende Grundlage.

 Reichweitenstarke Creator unterliegen bei der Verbreitung persönlichkeitsrechtsrelevanter (Verdachts-)Äußerungen grds. denselben Sorgfaltsanforderungen wie herkömmliche Medien und können sich nicht auf das Laienprivileg berufen (LG Berlin, Urteil v. 10.03.2026, Az: 27 O 54/26 eV).

Nutzung von Bild, Video und Namen des Creators

Bilder und Videos dürfen grds. nur mit Zustimmung der abgebildeten Personen veröffentlicht werden. Insb. kann es daher unzulässig sein, wenn ein Unternehmen Bilder eines Creators ohne Absprache zu eigenen Werbewecken nutzt. Auch die (kommerzielle) Nutzung des Namens eines Creators ohne Zustimmung kann unzulässig sein.

Rechtliche Konsequenzen

Wird eine rechtswidrige Äußerung getätigt oder Name, Bild oder Video ohne Zustimmung genutzt, kann u.a. Unterlassung beansprucht werden. Bei der Namens-, Bild- und Videonutzung wird oft zusätzlich Schadensersatz geltend gemacht (ebenfalls: fiktive Lizenzvergütung. Was hätte der Creator für die Nutzung verlangt?).

Account-Sperre

? Gründe

Verstoß gegen Community-Richtlinien, Unangemessene Beiträge (z.B. sexuelle Inhalte, Beleidigungen), Spam, Verwendung von Drittanbieter Apps (Bots), Copyright Verletzungen

⚠️ Aber: Die Plattform darf den Account grundsätzlich nicht sperren, ohne vorher eine Anhörung durchzuführen und einen sachlichen Grund anzugeben (OLG Düsseldorf, Urteil v. 05.04.2025, Az. U (Kart) 5/24)

🕒 Dauer

Hängt davon ab, wie oft schon gesperrt wurde, temporäre Sperren von 24-28 Stunden bis hin zu dauerhaften Sperren.

⚖️ Rechtliches Vorgehen

- Deaktivierung melden / Einspruch einreichen
- Anwaltliche Aufforderung zur Freischaltung
- Beantragung einer einstweiligen Verfügung oder Klage gegen die Plattform
- Achtung: gerichtliches Eilverfahren steht nur einen Monat ab Kenntnisnahme von der Sperre offen



BROST CLABEN
MEDIENKANZLEI

BROST CLABEN berät regelmäßig Content Creator und Managements zu rechtlichen Themen wie z.B.: Vertragsgestaltung, Schutz von Persönlichkeitsrechten, Marken-, Urheber- und Wettbewerbsrecht.

Kontakt:

mail@brostclassen.de

+49 221 48 55 77 90

Weitere Informationen:

<https://brostclassen.de/>

BROST CLABEN Medienkanzlei
Bismarckstraße 70
D-50672 Köln
BROST CLABEN Rechtsanwälte PartG mbB
Partnerschaftsregister AG Essen Nr. 4805