

Bildnis- und Fotorecht

Rechtliche Probleme bei der Verwendung von Grafiken und Fotografien

Zusammenfassung:

Die Welt lebt von Bildern. Gerade das Internet kommt ohne Bilder, seien es kleine Grafiken oder Fotografien, nicht aus. Ein kluger Kopf hat einmal gesagt: „Internetseiten werden nicht gelesen, Internetseiten werden gescannt“. Recht hat der Verfasser; weder im Print-, noch im Internetbereich gibt es Seiten, die völlig ohne Bilder auskommen. Einzig Fachzeitschriften verzichten bis heute auf eine Bebilderung ihrer Angebote, wenn es sich nicht gerade um solche Zeitschriften handelt, bei denen es auf eine grafische Darstellung der Inhalte ankommt.

Das Problem

Das Bedürfnis nach Bildern verleitet gerade im digitalen Zeitalter dazu, sich schnell mal eben ein passendes Bild zu beschaffen. Selbst wenn dieses, heute meist heruntergeladen aus dem Internet, zunächst nur das Layout vereinfachen soll, geschieht es doch oft, dass Bilder am Ende ihren Weg in das fertige Produkt – online oder offline – nehmen: ein schwerwiegender Fehler.

„Der Urheberschutz entsteht mit Fertigung des Bildes.“

Entstehung des Urheberschutzes, Rechte des Urhebers

Doch zurück zum Anfang, nämlich dem des Bildes: Der Urheberschutz entsteht mit Fertigung des Bildes. Einer irgendwie gearteten Registrierung bedarf es nicht; übrigens auch in Amerika nicht, die dortige Registrierung beim Copyright-Office begründet nur noch weitergehende Rechte. Außerdem ist es nicht erforderlich, dass auf einem Bild irgendein Urhebervermerk angegeben ist. Das berühmte © bedeutet nicht, dass die danach genannte Person Urheber ist, sondern ist nur ein Hinweis darauf, wer die Nutzungsrechte innehat. Das kann z. B. auch ein Verlag sein.

Der Urheber hat das Recht zu bestimmen, ob und wie sein Werk zu veröffentlichen ist, er kann angeben, ob und wie sein Werk mit einer Urheberbezeichnung zu versehen ist und er kann die Entstellung seines Werkes verbieten, was insbe-

sondere dann relevant ist, wenn das Bild als Teil eines anderen, zu Gestaltungszwecken oder nur ausschnittsweise verwendet wird. Der Urheber hat darüber hinaus alle Verwertungsrechte, wozu das Vervielfältigungsrecht und Verbreitungsrecht ebenso gehören wie das Recht der Veröffentlichung z. B. im Internet.

Diese umfassenden und ausschließlichen Rechte des Urhebers oder des exklusiven Lizenznehmers, etwa einer Bildagentur, bedeuten, dass man bei der Verwendung von Bildern größtmögliche Vorsicht walten lassen sollte. Denn es ist ohne weiteres möglich und geschieht hundertfach, dass Urheber oder beauftragte Unternehmen unrechtmäßig genutzte Bilder auf Internetseiten finden und sich dann, meist anwaltlich vertreten, an den „Bilderdieb“ wenden.

Zwar ist kaum einer, der unberechtigt Bilder verwendet, böswillig und will dem Urheber schaden. Doch das

ändert nichts daran, dass der Urheber Unterlassung verlangen und weitere Ansprüche geltend machen kann:

Zunächst muss aufgeräumt werden mit dem Irrglauben, dass es einen Unterscheid zwischen einer privaten (und damit für den Fachjournalisten weniger interessanten) Verwendung und einer gewerblichen Nutzung gibt. Dies kann allenfalls für die Frage der Lizenzhöhe eine Bedeutung erhalten; der so genannte Unterlassungsanspruch steht dem Rechteinhaber (Urheber, Nutzungsberechtigtem) stets zu. Da der Anspruch verschuldensunabhängig ist, muss der Verwender regelmäßig auch die nicht unerheblichen Anwaltskosten begleichen.

„Kostenlose Bilder, so genannte „free pics“ gibt es praktisch nicht.“

Ein weiterer weit verbreiteter Irrglaube ist, dass es so genannte „Free Pics“ gebe, also gemeinfreie Bilder, meist Fotografien, die jeder Mann nutzen kann. Dies kann, den üblichen Regeln des Urheberrechts entsprechend, bestenfalls dann der Fall sein, wenn der Bildautor vor 70 Jahren oder mehr verstorben ist oder (jedenfalls bei einfachen Lichtbildern) das Bild vor mehr als 50 Jahren veröffentlicht wurde. Dann

werden alle Werke gemeinfrei. Gerade Fotografien, die frei im Internet zugänglich scheinen, sind vorher meist schon rechtswidrig heruntergeladen und weiter verbreitet worden, so dass man sich nie mit dem Hinweis, man habe geglaubt, dass es sich um freie Bilder handelt, herausreden kann. Zwar kann der Nutzungsrechte, was selten ist, seine Bilder freigeben, das aber muss ausdrücklich geschehen. Keinesfalls als freigegeben können Bilder bezeichnet werden, die z. B. als Werbebilder für das eigene Portfolio verwendet werden.

Verhaltenshinweise

Mit anderen Worten: Wer unerwünschte Post vom Anwalt vermeiden will, prüft genau nach, ob er zur Verwendung des jeweiligen Bildes berechtigt ist. Dies gilt umso mehr dann, wenn z. B. ein Beitrag in einem fremden Werk – etwa einer Zeitschrift – erscheinen soll. Der Verletzte kann sich nämlich an die Zeitung und an den Autor wenden. Der Verlag wird die Unterlassungserklärung abgeben, die Anwaltskosten zahlen – und sich dann an den Autor wenden, damit dieser dem Verlag gegenüber Schadensersatz leiste. Dass die Geschäftsbeziehungen auch im Übrigen belastet sein dürften, steht dann außer Frage.

Wenn die missbräuchliche Verwendung des Bildes zu verschulden ist, kommt Schadensersatz, meist in Form einer Lizenz, hinzu. Die Anforderungen, die die Rechtsprechung an die Prüfpflicht stellt, sind sehr hoch. Das bedeutet in der Regel, dass neben den Anwaltskosten auch noch eine Lizenz bezahlt werden muss. Bei den meisten Bildern kann man sich an den auch von der Rechtsprechung anerkannten MFM-Bildhonoraren orientieren. Die Mittelstandsgemeinschaft Fotomarketing (MFM) gibt eine einigermaßen verlässliche Auskunft. Wer allerdings das Bild eines Künstlers unangekündigt verwendet hat, für denjenigen können die Preise ungleich höher sein. Es muss berücksichtigt werden, dass, wenn der Hinweis auf den Urheber vergessen wird, die dort genannten Lizenzen sich noch verdoppeln können.

Fazit

Wer Texte verfasst und diese bebildern will, tut Gut daran, das Bildmaterial vor Verwendung zu lizenzieren. Gute Bilder gibt es bei Bildagen-

turen und überall im Internet. Die rechtswidrige Verwendung fremder Bilder (meist Fotografien) kann zu empfindlichen finanziellen Einbußen führen, die nicht im Verhältnis zu dem möglicherweise zu erzielenden Gewinn stehen. Schließlich kann es auch zu einer strafrechtlichen Verfolgung des Verwenders kommen.

„Prüfen Sie die Herkunft Ihres Bildmaterials genau nach.“

Der Autor:

Dr. Daniel Kötz (DGPh) ist Rechtsanwalt in Düsseldorf mit Schwerpunkt Medien-, Presse- und Urheberrecht. Er vertritt bundesweit Unternehmen und Kunstschaffende u. a. in den Bereichen Unterhaltung und Gestaltung. Zu seinen Mandanten zählen zahlreiche, auch international bekannte Fotografen. Ein besonderer Schwerpunkt ist seine Tätigkeit im Bildnisrecht, also dem Recht der Personenabbildungen.
Kontakt: www.koetzlaw.de



Foto: Heike Kötz