

Fotofallen

Juristische Klippen bei der Veröffentlichung von Bildern im Web

Viele Hobby-Webmaster verwenden eigene und fremde Fotos allzu sorglos zum Aufhübschen ihrer Homepage. Sie achten nicht auf die Rechte anderer und kassieren dafür teure Abmahnungen. Ein wenig juristische Kenntnis sowie mehr Sorgfalt minimieren das Risiko, viel Geld und Nerven wegen eines Fotos auf der Homepage oder im Blog zu verlieren.



Es ist eine verträumte Sommernacht in Paris. Ich nippe am Café au lait, der Eiffelturm strahlt erhaben. Mich juckt es in den Fingern, den Auslöser zu drücken und ein Foto von der Szenerie zu bloggen. Halt! „Großer Fehler“, ruft der kleine Jurist in meinem Hinterkopf. Was, wenn auf dem Foto urheberrechtlich geschützte Werke zu sehen sind? Willst Du es wirklich drauf ankommen lassen, eine teure Abmahnung zu kassieren?

Der kleine Mann hat wieder einmal Recht: Um ein Foto vom Eiffelturm bei Nacht zu veröffentlichen, bedarf es einer Genehmigung des Unternehmens „SETE – illuminations Pierre Bideau“. Dieses hat die Beleuchtung des berühmten Bauwerks urheberrechtlich schützen lassen. Wer Fotos davon kommerziell im Web nutzen will, muss nicht nur auf die Rechte hinweisen, sondern auch an SETE zahlen. Ähnlich verhält es sich mit vielen Sehenswürdigkeiten auf der Welt, etwa dem Atomium in Brüssel oder Bauten des Architekten Le Corbusier.

Das Beispiel zeigt: Site-Betreiber und Blogger bewegen sich bei der Bebilderung ihrer Webseiten permanent auf einem juristischen Minenfeld [1][1]. Gleich, ob es sich um Grafiken für Seiten-Templates, ob es um eigene oder fremde Fotos geht; jede Abbildung erfordert eine Prüfung von Rechten. Drohen teure Abmahnungen und Schadensersatzforderungen, ist dafür meist das komplizierte Urheberrecht verantwortlich. Wer dessen Regeln kennt, kann die Klippen umschiffen.

Automatisch geschützt

Im deutschen Urheberrecht gilt der Grundsatz: Jedes Foto ist mit der Entstehung für den Urheber geschützt, ohne dass er dieses Recht irgendwo anmelden müsste. Im Unterschied zu Texten, Musik oder sonstigen Werken bedarf es für diesen Schutz nicht einmal einer besonderen Originalität. Während diese wenigstens eine sogenannte „Schöpfungshöhe“ aufweisen müssen, ist jeder noch so verwackelte und triviale Urlaubsschnappschuss als Lichtbild geschützt. Der Urheber darf über die Verbreitung seines Fotos – ob offline oder im Web – selbst entscheiden. Er kann auch andere Personen berechtigen, die Bilder zu nutzen, wobei das Urheberrecht selbst bei ihm bleibt.

Umgekehrt braucht man eine solche Berechtigung, um fremde Bilder verwenden zu dürfen. In aller Regel gehört dazu auch die Verpflichtung, bei der Veröffentlichung den Fotografen zu nennen. Fehlt dieser Verweis, kann dies bereits einen Grund für eine Abmahnung darstellen. In der Praxis üblich ist die Verwendung des Copyright-Symbols. Zwar hat dieses aus rechtlicher Sicht keinerlei Bedeutung mehr und stammt aus einer Zeit, in der Urheberrechte noch in ein Register eingetragen werden mussten. Aber das Zeichen hat sich als Hinweis auf den Urheber etabliert. Wenn man mit dem Rechteinhaber nicht explizit etwas anderes ausgemacht hat, gilt die Pflicht zum Copyright-Hinweis immer, ganz gleich, aus welcher Quelle das Bild stammt.

Bei der Wahl Ihrer Quelle sollten Sie Sorgfalt walten lassen. Eine ganz schlechte Idee ist die immer noch oft praktizierte Methode, über die Google-Bildersuche nach passenden Motiven zu suchen und die gefundenen Bilder einfach zu übernehmen. Im Web lauern viele Fallensteller, die unberechtigte Bildübernahmen mit spezialisierter Software gezielt aufspüren.

In Deutschland hat es diesbezüglich die Kochrezepte-Datenbank Marions Kochbuch zu trauriger Berühmtheit gebracht [2][2]. Seit 2007 lässt Betreiber Folkert Knieper Nutzer juristisch verfolgen, die seine Fotos etwa von Brötchen oder Speckstücken unbedarft übernommen haben. Seit langem aktiv ist auch die Eurocities AG mit ihrem Stadtplandienst. Sie verlangt horrenden Schadensersatz, wenn jemand unberechtigt Kartenausschnitte ihres Services auf der eigenen Website einbindet.



Einige Webhoster – hier 1&1 – geben Neukunden ein Starterpaket für Fotolizenzen von Agenturen auf den Weg, um ihnen die erste Bebilderung der Homepage zu erleichtern. Selbst wenn man Fotomaterial aus vermeintlich lizenzsicherer Quelle verwendet, ist man nicht gegen juristischen Ärger gefeit: Die großen Foto-Vermarktungsagenturen Corbis und Getty Images crawlen das Web permanent nach Fotos ab, an denen sie vermeintlich die Rechte innehaben. Ins Visier geraten sind dabei sogar Nutzer, die ihre Homepage aus bebilderten Vorlagen des Design-Tools Net Objects Fusion oder mit Baukästen der Webhoster 1&1 oder Strato erstellt haben. Angeblich seien darin Fotos enthalten gewesen, die Corbis oder Getty Images gehören, behaupteten die Agenturen. Die Nutzer hatten eine nervenaufreibende Abwehr von hohen Geldforderungen am Hals, tatsächlich zahlen musste aber nach Kenntnisstand von c't wenigstens keiner.

Die Beispiele zeigen, dass in keinem Fall leichtfertig Bilder, die man nicht selbst produziert hat, „mal eben schnell“ auf der Website landen sollten. Beansprucht jemand Urheber- oder Nutzungsrechte an den Werken, sind Sie in der Nachweispflicht und müssen eine Erlaubnis vorweisen. Es läuft in der Praxis tatsächlich darauf hinaus, dass Sie zu jedem einzelnen Bild den Urheber auffinden, kontaktieren und um eine schriftliche Freigabe zur Veröffentlichung bitten sollten. Dabei stellen Sie dar, in welchem Zusammenhang, wo und wie lange Sie das Bild platzieren wollen. Eventuell leitet der Urheber Sie zu einem Rechteinhaber – etwa eine Fotoagentur – weiter, die er zur Vergabe von Nutzungslizenzen berechtigt hat.

Bilderhandel

Im Web tummeln sich eine ganze Reihe dieser sogenannten Stock-Photo-Agenturen mit riesigen Dateibeständen, bei denen sich für wenige Euro Nutzungsrechte an Bildern von professionellen Fotografen erwerben lassen. Bekannte deutsche Unternehmen sind etwa Fotolia, Pixelio und Aboutpixel. Große Webhoster wie 1&1 und Strato spendieren ihren Neukunden sogar Gutscheine zum Kauf einiger Fotos, um ihnen den Einstieg in die Site-Bebilderung zu erleichtern.

Doch auch bei diesen Bildervermarktern gilt es, die Lizenzbedingungen genau zu studieren, bevor Sie die Fotos auf Ihren Webseiten veröffentlichen. Oft nämlich sind die Lizenzen stark eingeschränkt. Mal gestatten sie die Verwendung nur bis zu einer Pixelhöchstbreite, dann wieder nur zeitlich befristet. Meist bezieht sich die Lizenz nur auf die Verwendung des Bildes auf einer Webseite, nicht aber in Foren oder gar in sozialen Netzwerken, also etwa in Postings auf Facebook.

Ein weitverbreiteter Irrtum ist, dass die bei Agenturen erworbenen Fotos nicht mit einem Quellenbeziehungsweise Copyright-Hinweis versehen werden müssen. In aller Regel sieht die Lizenz im Gegenteil vor, dass zwingend ein Vermerk nach dem Schema „Foto: Agentur – Urheber“ unter dem Foto steht. Nur wenige Agenturen, beispielsweise Aboutpixel, geben sich damit zufrieden, dass der Lizenznehmer die Copyright-Hinweise gesammelt im Impressum seiner Website vorhält.

Nach alledem stehen unserem Mandanten Zahlungsansprüche gegen Sie in folgender Höhe zu:	
Schadenersatz gemäß § 97 Abs. 2 Satz 1 UrhG	
Lizenzverstoß (vgl. o.)	310,00 Euro
Verletrenschlag (vgl. o.)	310,00 Euro
Zwischensumme (brutto)	620,00 Euro
Aufwendungskosten nach § 97a Abs. 1 Satz 2 UrhG	
Anwaltliches Honorar (vgl. o.)	566,00 Euro
Summe:	1.186,00 Euro

Namens und in Vollmacht unseres Mandanten fordern wir Sie auf, die vorstehende Summe bis spätestens

Montag, den 6. August 2012

auf das in der Fußzeile aufgeführte Bankkonto zu überweisen. Bitte geben Sie hierbei unser

Teurer Lizenzverstoß: Nur weil er den Copyright-Hinweis vergessen hat, zahlt der Lizenznehmer mehr als 1000 Euro.

Fehlt der Hinweis, kann Sie das schnell teuer zu stehen kommen. So mancher Hobbyfotograf verschafft sich ein nettes Einkommen, indem er eine spezialisierte Rechtsanwaltskanzlei damit beauftragt, im Web gezielt nach derlei Rechtsverletzungen der Lizenznehmer zu forschen. Findet die Kanzlei Verstöße, wirft sie ihre Abmahnmaschinerie an. Gerade im Bereich der fehlenden Copyright-Hinweise trifft man in den letzten Jahren immer wieder auf dieselben Rechtsanwaltsnamen und oft auch auf dieselben Fotografen.

Viele Nutzer glauben, sie seien aller juristischen Probleme ledig, wenn sie Fotos nutzen, die unter einer Creative-Commons-Lizenz stehen [3][3]. Je nach Lizenz gilt aber auch hier, dass das Bild zwar kostenfrei veröffentlicht werden darf, aber der Urheber und die Lizenz genannt sein müssen. Die vielen Bilder in der Datenbank der Wikimedia beispielsweise stammen von völlig unterschiedlichen Künstlern und unterliegen allesamt der Creative-Commons-Lizenz CC-BY-SA.

Das bedeutet aufgeschlüsselt: Das Werk darf vervielfältigt, verbreitet, öffentlich zugänglich gemacht und kommerziell genutzt werden, wenn man den Urheber nennt. In jüngster Vergangenheit haben Rechteinhaber tatsächlich ernst gemacht und über ihre Anwälte erste Abmahnungen wegen fehlender Copyright-Hinweise in Zusammenhang mit Creative-Commons-lizenzierten Fotos von Wikimedia veranlasst.

Teurer Leichtsinn

Wer eine Abmahnung wegen unberechtigter Bildnutzung erhält, sollte sie keinesfalls unbeachtet beiseite legen, sondern innerhalb der darin genannten Frist reagieren. In einem solchen Schreiben

wird der potenzielle Rechtsverletzer aufgefordert, den beschriebenen Verstoß zu unterlassen und sich künftig „rechtstreu“ zu verhalten.

Um dies zu garantieren, muss er eine Unterlassungserklärung abgeben. Darin verpflichtet sich der Abgemahnte, den Rechtsbruch, etwa die Verwendung eines Fotos, zukünftig zu unterlassen. Gleichzeitig verspricht er, für den Fall der Wiederholung des Rechtsverstoßes eine Vertragsstrafe zu zahlen. Die liegt im Bereich des Urheberrechts normalerweise zwischen 3000 und 10 000 Euro.

Ist die Abmahnung gerechtfertigt, muss der Empfänger die durch die Einschaltung des Anwalts entstandenen Kosten erstatten. Bei den erwähnten Abmahnungen wegen fehlender Copyright-Hinweise etwa setzen die Rechtsanwälte meist einen Streitwert von 6000 Euro an, woraus sich für sie eine Summe von immerhin knapp 550 Euro ergibt.

Das ist allerdings nur ein Teil der vom Abgemahnten zu erstattenden Kosten. Denn zu den Anwaltsgebühren kommt noch der Schadensersatzanspruch des Rechteinhabers. Falls der Rechteverletzer Fotos ganz ohne Genehmigung auf seiner Website übernommen hat, wird er meist mit einem zweiteiligen Abmahnverfahren konfrontiert.

Zunächst erhält er einen Brief, in dem der gegnerische Anwalt die Verwendung der Bildern moniert und zur Zahlung der Anwaltskosten sowie zur Abgabe einer Unterlassungserklärung auffordert. Gleichzeitig fordert er Auskunft über die Art und Weise der Verwendung der fremden Fotografien und vor allem die Dauer der Nutzung.

Auf Basis dieser Informationen folgt dann ein zweites Juristenschreiben, in dem Schadensersatz für die unberechtigte Verwendung der Fotografien gefordert wird. Und das kann dann sehr teuer werden. Denn nach Paragraph 97 des Urheberrechtsgesetzes (UrhG) ist der Verletzer dem Rechteinhaber „zum Ersatz des entstehenden Schadens verpflichtet“, sofern die Verletzung vorsätzlich oder fahrlässig erfolgt, was in aller Regel der Fall ist. Die Höhe des Schadensersatzes orientiert sich meist an den Kosten, die ein rechtmäßiger Verwender des Bildes für die Nutzung bei ordnungsgemäßer Lizenzierung bezahlt hätte (die sogenannte „Lizenzanalogie“).

Wie hoch die letztlich zu zahlende Summe ist, hängt von den Umständen des Einzelfalls und der Art der unerlaubten Verwendung ab. Agenturen mit eigener Preisliste setzen diese zur Berechnung des angeblichen Schadens an. So fordert die Bildagentur Getty Images, die massenhaft die Verwendung ihrer Bilder abmahnt, regelmäßig mehrere hundert Euro pro Bild. Wenn – wie üblich – der Quellenhinweis zu Getty Images bei der Verwendung gefehlt hat, verdoppelt sie diese Summe sogar glatt.

Forderungen selbstständiger Fotografen orientieren sich in der Regel an der Preisliste der Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing (MFM). Leider ist diese Liste nicht frei verfügbar, sondern kostenpflichtig. Zwar hat der Bundesgerichtshof in einer Entscheidung aus dem Jahr 2005 die Vorgaben der MFM für nicht rechtsverbindlich erklärt, da sie einseitig die Interessen der Fotografen berücksichtigt. Dennoch sind die MFM-Preislisten als erste Orientierung zur Berechnung des Schadensersatzes etabliert.

Die Höhe des Schadensersatzanspruchs für ein widerrechtlich verwendetes Bild liegt gemäß MFM-Liste üblicherweise zwischen 100 und 1000 Euro, je nach Dauer und Art der Veröffentlichung. Wer also eine Abmahnung wegen der Verwendung eines fremden Bildes erhält, muss mit Anwalts- und Lizenzkosten in Höhe von mehreren hundert Euro bis hin zu einem mittleren vierstelligen Betrag rechnen.

Selber machen ...

Oft kursiert unter Webdesignern der Rat an verunsicherte Homepage-Betreiber: „Mache Deine Bilder selbst, dann kann Dich auch niemand abmahnen.“ Leider gilt nicht einmal dieser gutgemeinte Hinweis in jedem Fall. Wie das eingangs erwähnte Eiffelturm-Beispiel bereits andeutet, können Sie auch mit eigenen Grafiken oder Fotos die Rechte Dritter verletzen und dafür zur Verantwortung gezogen werden.

Wollen Sie Ihre eigenen Werke etwa bei einem Bilderdienst wie Picasa, auf der eigenen Website oder in Ihrem Blog veröffentlichen, müssen Sie verschiedene rechtliche Einschränkungen bei der Auswahl des Motivs beachten. Wichtigster Punkt ist dabei das in Paragraph 22 des Kunst-Urheberrechtsgesetzes (KUG) geregelte „Recht am eigenen Bild“. Es steht jedem zu, der auf einem Foto abgebildet ist.

Die Vorschrift stellt klar, dass eine Einwilligung in eine Veröffentlichung nur dann als erteilt gilt, wenn die Abgebildeten für die Bilder bezahlt wurden. Ist dies nicht der Fall, so muss im Prinzip jede Person, die auf einem Foto klar zu erkennen ist, vor der Nutzung des Fotos explizit um Erlaubnis gefragt werden. Bei Fotos von Minderjährigen, insbesondere von Kindern, ist immer die Erlaubnis der Erziehungsberechtigten einzuholen.

Zwar kann auch eine sogenannte konkludente Einwilligung genügen, also eine schlüssige Handlung, aus der sich die Zustimmung zu der Aufnahme erkennen lässt. Die kann zum Beispiel durch Nicken oder „in Pose setzen“ erfolgen. Allerdings obliegt im Streitfall dem Fotografen die Nachweispflicht, dass eine Erlaubnis zur Veröffentlichung vorgelegen hat. Wer auf Nummer sicher gehen will, sollte sich mit einer schriftlichen Erklärung absichern.

... schützt nicht

Es gibt Fälle, bei denen es nicht möglich ist, die Abgebildeten um Erlaubnis zu fragen. Dem trägt das Gesetz mit drei Ausnahmen Rechnung, bei denen das Recht am eigenen Bild nicht gilt. Eine Ausnahme greift bei Personen der Zeitgeschichte, also Prominenten, deren im öffentlichen Raum geschossene Abbildungen auch ohne Zustimmung veröffentlicht werden dürfen. Selbiges gilt bei Fotografien im Rahmen von „Versammlungen, Aufzügen oder ähnlichen Vorgängen“.

Diese Ausnahme erlaubt Bilder von öffentlichen Veranstaltungen wie Straßenfesten, Demonstrationen oder Versammlungen. Allerdings dürfen dabei in der Regel nicht gezielt einzelne Personen herausgerückt werden, sondern die Abbildungen müssen das Gesamtgeschehen dokumentieren. Konkret bedeutet das zum Beispiel, dass es beim Karneval erlaubt ist, ein Foto mit einer Gruppe von Jecken zu veröffentlichen. Will man dagegen einzelne, besonders originell kostümierte Teilnehmer zeigen, braucht man deren Erlaubnis.

Schließlich sind Fotos von Personen auch dann ohne Zustimmung erlaubt, wenn die Abgebildeten als „bloßes Beiwerk“ eines Motivs zu bewerten sind. So ist es etwa kaum möglich, tagsüber ein Bauwerk oder Denkmal zu fotografieren, ohne dass dort Menschen zu sehen sind. Dementsprechend dürfen Sie beispielsweise Bilder vom Brandenburger Tor veröffentlichen, auf denen am Rande dort zufällig anwesende Touristen abgebildet sind. Eine Grenze ist aber dann überschritten, wenn die dargestellte Person klar zu erkennen ist oder im Mittelpunkt des Bildes steht.

Panoramafreiheit

Auch beim Fotografieren von Häusern oder Kunstwerken im öffentlichen Raum kann juristischer Ärger drohen. Den Interessen des Fotografen stehen das Urheberrecht des Architekten oder Künstlers – siehe Eiffelturm – sowie das Hausrecht des Besitzers entgegen. Im Unterschied zu

anderen Ländern gilt in Deutschland die sogenannte Panoramafreiheit. Danach darf man die „äußere Ansicht“ von Gebäuden auch ohne Zustimmung des Rechteinhabers fotografieren und veröffentlichen. Allerdings muss der Fotograf während der Aufnahme an einem öffentlich frei zugänglichen Punkt stehen, also etwa an einer Straße und nicht in einer Wohnung im Haus gegenüber.

Gleiches gilt im Prinzip auch für Kunstwerke im öffentlichen Raum – allerdings nur so weit sich diese dort „bleibend“ befinden, wie es das Gesetz ausdrückt. Ist eine Kunstaktion zeitlich befristet, gilt sie nicht als bleibendes Werk. So hat der Bundesgerichtshof im Jahr 2002 entschieden, dass der von Christo und Jeanne-Claude verhüllte Reichstag aufgrund der zeitlichen Befristung der Aktion nicht unter die Panoramafreiheit fällt. Er verbot damit eine gewerbliche Nutzung von Bildern des Werkes, zum Beispiel als Postkarte.

Die Panoramafreiheit endet, wenn Sie sich auf Privatbesitz befinden. Möchten Sie etwa die Tieraufnahmen im Zoo schießen und auf Ihrer Homepage veröffentlichen, sollten Sie Vorsicht walten lassen: Viele städtische Tierparks gestatten die Veröffentlichung derlei Fotos nur nach vorheriger Genehmigung. Sollen die Fotos in kommerziellem Umfeld eingesetzt werden, fällt oft sogar eine Lizenzgebühr an. Ähnliche Regeln gelten oft auf Flughäfen sowie in Bahnhöfen und Sportstätten.

Risiken minimieren

Zusammenfassend lautet unser Rat: Meiden Sie Bildmaterial aus unbekannter Quelle. Sollte es doch einmal nötig sein, Fotos über die Google-Bildersuche zu finden, dann müssen Sie die Urheber aufspüren und um eine Genehmigung zur Verwendung bitten.

Beziehen Sie fremde Bilder wann immer möglich aus seriösen Quellen, also etwa von den genannten etablierten Stock-Photo-Agenturen. Um dubiose Angebote, die ihre Fotos oder Grafiken als „royalty free“ und kostenlos anpreisen, sollten Sie einen großen Bogen machen. Dahinter verbergen sich oft Abzocker, die Sie im Nachhinein zur Kasse bitten wollen.

Gewöhnen Sie sich an, unter jede verwendete Abbildung einen Copyright- oder Quellenhinweis zu platzieren. Dies gilt auch für Fotos, an denen sie Lizenzen erworben haben oder die unter der Creative-Commons-Lizenz stehen. Sogar eigene Fotos sollten Sie entsprechend markieren [3[4]], um anderen Nutzern, die vielleicht Ihre Werke übernehmen wollen, ein klares Signal und einen Ansprechpartner zu geben. Wenn Sie diese Punkte beachten, haben Sie das Abmahnungsrisiko ausreichend minimiert. (hob)