

URHEBERRECHT

Fallstricke bei der Verwendung von Fotos und anderem Bildmaterial aus dem Netz

von RA Christian Galetzka, LL.M. (Würzburg)

| Wer kennt es nicht? Man sucht für einen bestimmten Anlass – für eine Präsentation im Rahmen einer Vortragstätigkeit, für eine Veröffentlichung auf der eigenen Homepage, für ein Verkaufsangebot bei eBay, Amazon & Co. oder für seinen Social-Media-Auftritt – passende und ansprechende Bilder. Bei der Auswahl von Bildern sind in erster Linie das Urheberrecht, das Markenrecht und das Vertragsrecht zu beachten. DR gibt einen Überblick, was zu berücksichtigen ist. |

1. Urheberrechtliche Rahmenbedingungen für Fotos, Grafiken, Animationen, Icons

Ein passendes Bildmotiv ist schnell „gegoogelt“, und die Google-Bildersuche liefert auch tatsächlich sehr passende und schöne Motive. Aus Sicht des Rechtspraktikers ist aber nachdrücklich davon abzuraten, diese Bildmotive direkt für Ihren konkreten Verwendungszweck zu übernehmen, vor allem wenn das Endprodukt, in das das Bildmaterial einfließen soll, wiederum im Internet veröffentlicht bzw. zugänglich gemacht werden soll. Dies ist regelmäßig bei Verkaufsangeboten bei eBay, Amazon & Co. oder bei der bildlichen Flankierung des eigenen geschäftlichen Internetauftritts der Fall.

Wer ist Urheber?

Zunächst ist genau zu ermitteln, wer Urheber des gefundenen Bildes ist. Es gibt zahlreiche Portale, die sich entweder auf die kostenpflichtige oder kostenfreie Lizenzierung von Fotos, Grafiken und Icons spezialisiert haben – sogenannte Stock-Portale. Auch hier ist zu hinterfragen, wer tatsächlich Urheber bzw. Inhaber der ausschließlichen Nutzungsrechte ist, um das Bildmaterial tatsächlich an Dritte (man selbst ist ein solcher Dritter) zu lizenzieren.

■ Rechtlicher Hintergrund

Fotografien sind nach dem Urheberrecht als Lichtbildwerke (§ 2 Abs. 1 Nr. 5 UrhG) oder als Lichtbilder urheberrechtlich geschützt. Dies gilt unabhängig von einer bestimmten Schöpfungshöhe (§ 2 Abs. 2 UrhG), denn auch der bloße „Schnappschuss“ genießt als Lichtbild nach § 72 UrhG urheberrechtlichen Schutz. Wird in der Folge ein Lichtbildwerk oder Lichtbild ohne die erforderlichen Nutzungsrechte, z. B. bei einem eBay-Verkaufsangebot, im Rahmen des eigenen Blogs oder in einem sozialen Netzwerk benutzt bzw. veröffentlicht, so stellt dies eine Urheberrechtsverletzung dar, sofern der Rechteinhaber der konkreten Verwendung nicht zugestimmt hat. Dies kann empfindliche Ansprüche auf Unterlassung, Schadenersatz und – sofern ein Anwalt beauftragt wird – Rechtsanwaltskosten für die Abmahnung begründen (§§ 97, 97a UrhG).

PRAXISTIPP | Gerade im Foto- und Bildbereich ist die Abmahnaktivität von Fotografen, Designern und anderen Künstlern sehr stark ausgeprägt, sodass an dieser Stelle vor einer vorschnellen, ungeprüften Übernahme von Fotografien aus dem Netz, die man beispielsweise „gegoogelt“ hat, gewarnt sei. Gleiches gilt für das ungeprüfte Teilen von geposteten Foto- oder Filminhalten in sozialen Netzwerken – insbesondere, wenn man sich diese in einem eigenen Beitrag zu Eigen macht.

In welchem Umfang darf frei zugängliches Bildmaterial aus Stock-Portalen genutzt werden?

Auch bei Portalen wie pixabay.de, icons8.de oder ähnlichen sei davor gewarnt, ungeprüft Fotografien in die eigene Präsentation, seine Online-Verkaufsangebote oder seine Internetseite zu integrieren. Denn auch hier liegt der Teufel im Detail. Regelmäßig wird davon auszugehen sein, dass der Portalbetreiber Inhaber ausschließlicher Nutzungsrechte ist und insofern auch die Befugnis besitzt, die urheberrechtlich geschützten Fotografien, Grafiken oder Icons unterzulizenzieren. Das ist jedoch keineswegs selbstverständlich.

Nutzungsbedingungen prüfen

Hier lohnt der Blick in die einschlägigen Nutzungsbedingungen des Stock-Portals. Die Nutzungs- bzw. Lizenzbedingungen konkretisieren nämlich die Reichweite der erlaubten Nutzung für Dritte, die das Bildmaterial für ihre eigenen Verwendungszwecke nutzen wollen. Dies können zum einen selbst erstellte, d. h. individuelle Nutzungsbedingungen sein. Oftmals findet sich aber auch der Hinweis auf das Lizenzmodell Creative Commons in seinen verschiedenen Ausprägungen. Die Creative-Commons-Lizenzen gestatten dem Endnutzer regelmäßig eine freie Verwendung des unter dieser Lizenz stehenden Bildmaterials, jedoch unter Bedingungen. Und genau auf diese Bedingungen kommt es entscheidend an. Denn je nach einschlägiger Creative-Commons-Lizenz kann z. B. eine kommerzielle Nutzung des Bildes verboten und etwa nur eine journalistisch-redaktionelle Veröffentlichung gestattet sein oder die Weitergabe und Unterlizenzierung des Bildmaterials ist bei den Creative-Commons-Lizenzbedingungen vollständig ausgeschlossen.

Achtung: Urheberpersönlichkeitsrecht, insbesondere Bezeichnungsrecht
Ebenfalls zu beachten ist das Urheberpersönlichkeitsrecht. Allen voran und besonders abmahnrächtig ist das Recht auf Urheberbezeichnung.

■ Rechtlicher Hintergrund

Nach § 13 S. 2 UrhG hat der Urheber ein Recht darauf, zu bestimmen, ob das von ihm geschaffene Werk mit einer Urheberbezeichnung zu versehen ist und welche Bezeichnung zu verwenden ist. Bei Nutzung von Fotografien geht die überwiegende Rechtsprechung davon aus, dass die Urheberbezeichnung bzw. der Copyright-Vermerk in einem unmittelbaren optischen Zusammenhang mit dem Bild/Foto stehen muss. Regelmäßig wird man eine Bildunterschrift oder eine Verbindung des Copyright-Hinweises mit dem Bild, d. h. die Aufführung der Urheberbezeichnung direkt im Bild, annehmen müssen.

Doch auch hier kommt es auf die konkret einschlägigen Lizenzbedingungen an. Z. B. kann es im Bereich der Creative-Commons-Lizenzen genügen, einen Backlink auf das Stock-Portal zu setzen, je nachdem, welche Vereinbarung das Portal mit dem Rechteinhaber getroffen hat. Der Urheber kann nämlich regelmäßig auch auf sein Urheberbezeichnungsrecht verzichten oder dessen Erfüllung abschwächen, abhängig davon, wie hoch die Vergütung für die Lizenzierung an das Stock-Portal ausgefallen ist.

Auch eine Verletzung des Urheberbezeichnungsrechts kann die urheberrechtlichen Verletzungsansprüche nach den §§ 97 ff. UrhG auslösen!

PRAXISTIPP | Dringend zu empfehlen ist, konkret einschlägige Nutzungs- bzw. Lizenzbedingungen auch dahin gehend zu prüfen, ob eine Urheberbezeichnung bezüglich des urheberrechtlich geschützten Materials vorzunehmen ist und wenn ja, an welcher Stelle und in welcher Form die Urheberbezeichnung angebracht werden muss.

2. Marken oder andere Kennzeichen in Abbildungen

Oft stellt sich das Problem, dass man Fotos verwenden möchte, auf denen Markenprodukte abgebildet sind. Hier sind nicht nur die genannten urheberrechtlichen Punkte zu berücksichtigen und zu prüfen, sondern schnell ist auch der Bereich des Kennzeichenrechts berührt, allen voran das Markenrecht.

Private vs. geschäftliche Nutzung

Solange man solche Bilder im privaten Bereich verwendet, ist das Markenrecht regelmäßig nicht anwendbar. Denn die Verletzungstatbestände des Markengesetzes (§§ 14, 15 MarkenG) setzen ein Handeln im geschäftlichen Verkehr voraus. Die Schwelle zum geschäftlichen Verkehr ist aber fließend, wie man den jüngsten Entscheidungen zum sogenannten Influencer-Marketing entnehmen konnte. Auch wenn die hierzu einschlägigen Urteile für den Bereich des Wettbewerbsrechts ergangen sind, sind diese auf das Markenrecht übertragbar. Denn die Tatbestände des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) knüpfen nach § 3 Abs. 1 UWG ebenfalls an eine geschäftliche Handlung (vgl. zur Definition § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG) an.

Markenmäßige Verwendung

Ergänzend setzen markenrechtliche Ansprüche immer voraus, dass die Marke markenmäßig verwendet wird, also insbesondere zur Kennzeichnung von Waren- oder Dienstleistungen. Hierfür reicht es – gerade bei bekannten Marken –

aber aus, wenn versucht wird, von der Bekanntheit der Marke zu profitieren. So kann etwa die Abbildung der Marke Rolls-Royce in der Werbung für ein anderes Produkt zur Verdeutlichung, dass es sich um ein exklusives Produkt handelt, gegen das Markenrecht verstoßen. Erlaubt ist danach die Abbildung einer Marke nur, wenn sie lediglich als Beiwerk erscheint und nicht zur Kennzeichnung eines Produkts dient. Diese rechtlichen Vorgaben sind tatsächlich schwammig und stets im Einzelfall zu prüfen. Als Fazit lässt sich mitnehmen: Vorsicht bei der Verwendung von Fotografien, auf denen Markenprodukte abgebildet sind.

■ Rechtlicher Hintergrund

Eine Fotografie von einem Produkt, auf dem sichtbar eine Marke angebracht ist, kann nach den u. a. von der Rechtsprechung entwickelten Kriterien nur dann unbedenklich verwendet werden, wenn

- es lediglich Beiwerk ist,
- es um eine erlaubte und nicht diffamierende Berichterstattung oder
- um den Handel mit einem rechtmäßig erworbenen, nicht verschlechterten Produkt oder Ersatzteile für ein solches geht.

Folglich dürfen nur Bilder von Produkten oder Leistungen verwendet werden, die man rechtmäßig handelt oder für die man Ersatzteile oder Zubehör anbietet. Dabei muss immer vermieden werden, das Ausgangsprodukt zu verschlechtern. Ebenso wenig erlaubt ist, die Bekanntheit einer fremden Marke auszunutzen und dadurch deren Ruf auszubeuten bzw. zu schädigen.

3. Zusammenfassung/Praxis-Checkliste

Wenn Sie auf der Suche nach geeignetem Bildmaterial für Ihr Vorhaben sind, sollten Sie die folgenden Punkte berücksichtigen bzw. sich die entsprechenden Fragen stellen:

CHECKLISTE / Das ist bei der Bildauswahl zu beachten	
<input type="checkbox"/>	Quelle verifizieren Die Google-Bildersuche eignet sich ohne rechtliche Prüfung nicht für Bild-Downloads!
<input type="checkbox"/>	Wer ist Urheber/Rechteinhaber? Ist dieser nicht erkenn- oder ermittelbar, sollte Abstand von einer Verwendung genommen werden.
<input type="checkbox"/>	Welche Nutzungsrechte erhalte ich? Bei einer kommerziellen Lizenzierung über einen Fotorechtevertrag ist das einfach zu beurteilen; schwieriger wird es, wenn sich die Nutzungsbereitschaft aus „kleingedruckten“ Lizenzbedingungen wie z. B. bei Creative-Commons-Lizenzen ergibt.
<input type="checkbox"/>	Muss der Urheber/Rechteinhaber des Bildmaterials bezeichnet werden und wenn ja, an welcher Stelle?
<input type="checkbox"/>	Sind auf dem Bildmaterial Marken, andere Kennzeichen oder Produkte mit solchen Kennzeichen abgebildet?