

von Rechtsanwalt **Dr. Daniel S. Huber**

Das Recht der Werbung: mit Bildern, Videos und Grafiken im Internet

Ohne Multimedialität ist Werbung im Internet undenkbar. Hierzu gehören vor allem Bilder, Videos und Grafiken. Wer diese Elemente für die Werbung nutzt, muss dafür auch die Nutzungsrechte haben. Die unberechtigte Nutzung kann teure Konsequenzen nach sich ziehen, wenn Abmahnungen und Schadensersatzansprüche geltend gemacht werden. Daher sollte stets geprüft werden, ob Nutzungsrechte im erforderlichen Umfang bestehen.

I. Urheber haben Rechte

Nach § 1 Urheberrechtsgesetz (UrhG) genießen Urheber von Werken der Literatur, Wissenschaft und Kunst rechtlichen Schutz nach dem UrhG. Darunter fallen gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 5 UrhG Lichtbildwerke (Fotografien), nach Nr. 6 Filmwerke (z. B. Videos) und gemäß Nr. 4 Werke der bildenden Kunst (u.a. bestimmte Grafiken). Der Schöpfer eines Werkes ist gemäß § 7 UrhG der Urheber, etwa bei einer Fotografie der Fotograf oder bei einer Grafik der Grafikdesigner.

Werke in diesem Sinne müssen gemäß § 2 Abs. 2 UrhG persönliche geistige Schöpfungen sein. Wenn einem Werk eine gewisse Kreativität und Individualität innewohnt und es somit die sog. Schöpfungshöhe erreicht, ist es von Gesetzes wegen geschützt. Eine Registrierung ist für den Erwerb des Urheberschutzes nicht notwendig. Fotografien, die nicht schöpferisch genug sind, genießen gemäß § 72 UrhG als Lichtbilder zumindest urheberrechtsähnlichen Schutz.

Dem Urheber stehen die Nutzungsrechte zu. Grundsätzlich hat somit nur er das Recht, das Werk zu veröffentlichen (§ 12 UrhG), zu vervielfältigen (§ 16 UrhG) zu verbreiten (§ 17 UrhG) oder öffentlich zugänglich zu machen (§ 19a UrhG). Zugleich kann grundsätzlich auch nur er anderen Personen einfache oder ausschließliche Nutzungsrechte an seinem Werk einräumen, sog. Lizenzen.

II. Verwender benötigen die Nutzungsrechte des Urhebers

Wer fremde Bilder nutzt, muss beachten, dass andere Personen die Urheber dieser Werke sind und grundsätzlich nur ihnen die Nutzungsrechte zustehen. Daher muss der Urheber – bei Fotografien der Fotograf – vor der Nutzung um Erlaubnis gefragt werden. Das lässt sich dieser in aller Regel vergüten (Lizenzgebühr). In Bezug auf die Höhe der Lizenzgebühr wird häufig danach unterschieden, ob es um eine (günstigere) private oder (teurere) kommerzielle Nutzung geht. Wichtig ist, dass sich der Verwender die Nutzungsrechte vom Urheber ausdrücklich – und wegen der Beweisbarkeit am besten schriftlich – im erforderlichen Umfang einräumen lässt.

Zwei Urteile aus jüngerer Zeit verdeutlichen dies. Im Fall des [OLG Braunschweig \(Urteil vom 8.2.2012, Az. 2 U 7/11\)](#) ging es um die unberechtigte Verwendung von Fotos bei einem privaten eBay-Verkauf. Der

Verwender der Fotos wurde von dem Fotografen in Anspruch genommen. Dabei wurde über die Höhe der nachträglich zu entrichtenden Lizenzgebühr gestritten. Das Gericht entschied, dass bei der Festlegung der nachträglichen Lizenzgebühr die Überlegung anzustellen sei, was die Parteien redlicher Weise im Vorhinein vereinbart hätten.

Im Fall des [OLG Hamm \(Urteil vom 7.6.2011, Az. 4 U 208/10\)](#) waren Bilder auf der Webseite eines Zahnarztes Gegenstand des Verfahrens. Der Zahnarzt hatte eine Agentur mit der Erstellung der Webseite seiner Zahnarztpraxis beauftragt. Dabei verwendete die Agentur Bilder, für die weder sie noch der Zahnarzt die Rechte erworben hatten. Nach Ansicht des Gerichts haftet der Zahnarzt für das Verhalten der Agentur. Er hätte besser recherchieren und kontrollieren müssen, ob die Agentur die Rechte an den genutzten Bildern erworben hat.

Das Internet enthält eine Menge von Grafiken und Fotografien, die unter gewissen Bedingungen – beispielsweise, dass die Bilder nicht verändert werden – kostenlos genutzt werden dürfen. Hier sollte man sich allerdings genau über die Nutzungsbedingungen informieren. Dies gilt insbesondere im Hinblick darauf, ob auch eine kostenfreie kommerzielle Nutzung dieser Fotos erlaubt ist.

Wer dagegen selbst zum Fotoapparat greift oder das Grafikprogramm bemüht, um eigene Grafiken zu erstellen, wird selbst Urheber und somit Inhaber der Nutzungsrechte an seinen Werken. Er darf diese grundsätzlich frei nutzen.

III. Rechte am eigenen Bild und an abgebildeten Gegenständen

Wer für fremde Fotos die Nutzungsrechte erwirbt, erhält damit in aller Regel die umfassenden Nutzungsrechte für deren weitere Verwendung. Wer hingegen eigene Fotos erstellt, muss selbst dafür sorgen, dass er von den abgebildeten Personen oder Inhabern der Rechte abgebildeter Gegenstände die erforderlichen Nutzungsrechte erhält.

1. Fotografien von fremden urheberrechtlich geschützten Werken

Wird von einem urheberrechtlich geschützten Werk ein Foto gemacht – etwa von einer Statue in einem Museum – so bestehen zwei Werke: zum einen ist das fotografierte Original ein urheberrechtlich geschütztes Werk; zum anderen ist die Fotografie des Werkes regelmäßig selbst ein (neues) Werk. Während der Urheber des Originals die Nutzungsrechte an diesem besitzt, hat der Fotograf als Urheber der Fotografie die Rechte an dem Foto.

Allerdings hat der Fotograf in die Verwertungsrechte des Urhebers des Originalwerks eingegriffen, da er es durch das Fotografieren kopiert hat (Vervielfältigungsrecht gemäß § 16 UrhG). Hierfür benötigt er genauso die Erlaubnis des Urhebers wie für das Veröffentlichen des Fotos auf einer Webseite (Recht der öffentlichen Zugänglichmachung gemäß § 19a UrhG) oder dessen Weitergabe (Verbreitungsrecht gemäß § 17 UrhG).

Ausnahmsweise dürfen urheberrechtlich geschützte Werke auch ohne Erlaubnis des Urhebers genutzt werden.

So ist es gemäß § 59 UrhG zulässig, Werke, die sich bleibend an öffentlichen Wegen, Straßen oder Plätzen befinden, mit Mitteln der Malerei oder Grafik, durch Lichtbild oder durch Film zu vervielfältigen, zu verbreiten und öffentlich wiederzugeben. Somit dürfen u. a. Touristen von öffentlichen Plätzen aus Fotos von Bauwerken schießen und anschließend verwenden, etwa auch im Internet verbreiten.

Weiter ist gemäß § 57 UrhG die Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Wiedergabe von Werken zulässig, wenn sie als unwesentliches Beiwerk neben dem eigentlichen Gegenstand der Vervielfältigung, Verbreitung oder öffentlichen Wiedergabe anzusehen sind. Dies betrifft etwa Personen oder Gegenstände im Hintergrund von Fotografien, wenn im Fokus des Fotos beispielsweise ein Model steht, dessen Einwilligung vorliegt.

2. Bilder von anderen Personen

Sollen Bilder verwendet werden, auf denen identifizierbare Personen abgebildet sind, ist gemäß § 22 S. 1 Kunsturhebergesetz (KUG) deren Einwilligung erforderlich (sog. Recht am eigenen Bild). So musste etwa ein Weinhändler eine nachträgliche Lizenzgebühr in Höhe von 2.500 Euro pro Person an ein Brautpaar zahlen, weil er in einer regionalen Hochzeitszeitschrift mit deren Hochzeitsfoto geworben hatte ([Urteil des LG Hamburg vom 28.5.2010, Az. 324 O 690/09](#)).

Nach § 23 Abs. 1 KUG dürfen Bilder ausnahmsweise auch ohne Einwilligung der abgebildeten Personen verbreitet und öffentlich zur Schau gestellt werden, wenn bestimmte Voraussetzungen vorliegen. So etwa, wenn es sich um ein Bildnis aus dem Bereich der Zeitgeschichte handelt. Darunter können Fotos von Politikern, Sportlern und anderen Prominenten fallen, wenn diese in einer öffentlichen Situation gezeigt werden

In den letzten Jahren hat sich vor allem Caroline von Monaco einen Namen in der Rechtswelt gemacht, indem sie gegen die Veröffentlichung von Fotos aus ihrem Privatleben vorgegangen ist. Wann man welches Foto von einer öffentlichen Person in redaktionellem (Presse) oder kommerziellem (Werbung) Zusammenhang veröffentlichen darf, ohne um entsprechende Erlaubnis fragen zu müssen, ist rechtlich kompliziert. Fest steht jedoch, dass Prominente sich wehren, wenn mit ihrem Abbild Geld verdient wird. In aller Regel wollen sie hierfür finanziell entschädigt werden.

Im Fall der Werbung einer Mietwagenfirma, bei der ohne Einwilligung mit dem Konterfei eines geschassten Bundesministers geworben wurde, hat das Gericht zwar aufgrund des satirischen Charakters der Werbung die kostenlose kommerzielle Nutzung des Abbilds wegen der grundrechtlichen Garantie der Kunstfreiheit erlaubt ([Urteil des BGH vom 26.10.2006, Az. I ZR 182/04](#)). Dies stellt allerdings eine Ausnahme dar.

3. Abbildungen von anderen Gegenständen

Die Verwendung von Fotos ist immer dann rechtlich problematisch, wenn die Rechte an dem abgebildeten Gegenstand jemand anderem zustehen.

Dies ist etwa bei der Abbildung von fremden Markenzeichen oder von mit fremden Markenzeichen gekennzeichneten Waren der Fall. In solchen Konstellationen muss aus markenrechtlicher Sicht geprüft werden, ob die Verwendung der Abbildung rechtlich zulässig ist, etwa wenn Erschöpfung gemäß § 24 Abs. 1 MarkenG eingetreten ist. Das Markenrecht ist erschöpft, wenn die Marke im Zusammenhang mit (dem Verkauf von) Waren benutzt wird, die mit Zustimmung des Markeninhabers in der EU in den Verkehr gebracht worden sind. Die Erschöpfung der Rechte gilt dann auch für die Werbung für solche Waren.

Zur Vermeidung von Rechtsstreitigkeiten sollte bei Zweifelsfällen allerdings die (schriftliche) Erlaubnis des Markenrechtsinhabers eingeholt werden.

IV. Folgen von Rechtsverletzungen

Wer Rechte – seien es Urheberrechte oder etwa Rechte am eigenen Bild (Persönlichkeitsrechte) – verletzt, ist Ansprüchen des Rechteinhabers ausgesetzt.

Zum einen bestehen Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche. Auf die Abmahnung des Rechteinhabers hin müssen die rechtsverletzenden Bilder, Videos und Grafiken entfernt werden. Zudem muss Schadensersatz bzw. ein finanzieller Ausgleich geleistet werden. Dieser besteht häufig in einer nachträglich zu entrichtenden Lizenzgebühr, deren Höhe im Streitfall vom Gericht festgelegt wird. Dabei orientiert man sich daran, was die Parteien im Vorfeld vernünftigerweise vereinbart hätten.

V. Fazit

Die Verwendung von Bildern, Videos und Grafiken bei der Gestaltung von Webseiten von Unternehmen ist Standard. Der Verwender muss jedoch darauf achten, dass ihm die erforderlichen Nutzungsrechte zustehen. Dies gilt vor allem im Hinblick auf die urheberrechtlichen Nutzungsrechte des Fotografen oder Grafikdesigners. Genauso müssen allerdings die Rechte der abgebildeten Personen (Rechte am eigenen Bild) oder die Rechte an den dargestellten Gegenständen (Urheberrechte, Markenrechte) im Blick behalten werden. Insbesondere müssen die Unternehmen dafür sorgen, dass ihnen gerade auch die Nutzungsrechte für die kommerzielle Verwertung der Bilder zustehen.

VI. Schnell-Selbst-Check

Ob die Verwendung von Bildern oder Videos im Internet rechtlich problematisch ist, kann durch einen ersten Selbst-Check festgestellt werden. Die Antworten auf folgende Fragen lassen eine erste Einschätzung zu:

1. Woher stammt das Foto, die Grafik oder das Video? Wer ist der Urheber und wem stehen somit die urheberrechtlichen Nutzungsrechte zu? Ist die Erlaubnis des Rechteinhabers (in der Regel gegen ein Entgelt) eingeholt worden? Liegt sie in schriftlicher Form (zu Beweis Zwecken) vor?
2. Sind (identifizierbare, also erkennbare) Personen auf dem Foto, der Grafik oder dem Video abgebildet? Haben diese in die beabsichtigte kommerzielle Nutzung des Fotos ausdrücklich eingewilligt?
3. Sind urheberrechtlich geschützte Gegenstände auf dem Foto zu sehen (etwa Gemälde, Skulpturen, Bauwerke)? Ist ggf. der Urheber des abgebildeten Gegenstandes um Erlaubnis gefragt worden?
4. Sind Markenzeichen auf dem Foto abgebildet? Teilweise dürfen solche Fotos verwendet werden, etwa wenn es um den Verkauf einer Ware geht und das Markenrecht erschöpft ist. Teilweise ist eine Verwendung ohne ausdrückliche Erlaubnis des Markenrechtinhabers jedoch unzulässig.
5. Fazit: Verfügt der Verwender über die kommerziellen Nutzungsrechte in Bezug auf das Foto und die auf dem Foto abgebildeten Personen und Gegenständen im erforderlichen Umfang, kann es für die Werbung im Internet eingesetzt werden.

Autor:

RA Dr. Daniel S. Huber

Rechtsanwalt