

von Anna-Lena Baur

## Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte: Rechtliche Stolperfallen der Bildernutzung im Internet

**Die Verwendung guter Bilder auf Verkaufsseiten im Internet ist unverzichtbar. Noch wichtiger ist aber, dass durch die Verwendung von Bildmaterial keine Rechte Dritter verletzt werden - denn dann droht eine Abmahnung mit oft schmerzhaften Folgen. Um Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche hier zu vermeiden, sollten Händler jedoch unbedingt einige einfache Regeln beachten.**

### Produkte richtig in Szene setzen: Was Onlinehändler bei der Verwendung fremder Bilder beachten sollten

Der Einsatz von Bildern auf Verkaufsseiten im Internet ist kaum zu unterschätzen. Neben der Verbesserung der optischen Erscheinung der Internetseite, erhöhen Aufnahmen des zu verkaufenden Produkts den Werbeeffect und die Zufriedenheit des Kunden.

Die Verwendung von Produktfotos birgt jedoch auch einige juristische Tücken, mit denen sich jeder Onlinehändler besser auseinandergesetzt haben sollte, bevor es zur Abmahnung kommt. Insbesondere können Haftungsrisiken gegenüber dem Urheber des Bildes, dem Markenrechtsinhaber abgebildeter Markenprodukte und dem Kunden durch die Beachtung einiger einfacher Regeln reduziert oder sogar ausgeschlossen werden.

### Urheber- und Nutzungsrechte Dritte beachten

Als Schöpfer eines Werks gem. § 2 UrhG genießt ausschließlich der Urheber das Recht, das Werk in umfassender Form wirtschaftlich zu verwerten, § 15 UrhG. Ohne die Einräumung entsprechender Nutzungsrechte durch den Urheber stellt die Verwendung von fremden Fotografien, auf einer der Öffentlichkeit zugänglichen Internetseite eine Verletzung des Urheberrechts aus §§ 15 Abs. 1 Nr. 2, 17 UrhG dar. Neben einem Anspruch auf Unterlassung der Verletzungshandlung kann der Urheber gem. § 97 Abs. 2 UrhG einen Schadensersatzanspruch geltend machen, wenn seine Rechte vorsätzlich oder fahrlässig verletzt wurde.

Fahrlässigkeit ist das außer Acht lassen der im Verkehr erforderlichen Sorgfalt, § 276 Abs. 2 BGB.

Fahrlässig handelt auf jeden Fall, wer fremde Bilder ohne Zustimmung des Urhebers auf seiner Seite veröffentlicht. Entscheidend ist, dass eine Zustimmung zur Veröffentlichung nur vom Urheber selbst oder von einer zur Verfügung über das Recht berechtigten Personen wirksam erteilt werden kann. Das OLG München hat festgestellt, dass den Verwender fremder Bildern eine diesbezügliche Prüfpflicht trifft (OLG München, Beschluss v. 15.01.2015 - 29 W 2554/14). Um den Vorwurf der Fahrlässigkeit zu vermeiden muss sich der Händler vergewissern, ob derjenige von dem er Nutzungsrechte eingeräumt bekommt auch zu deren Übertragung berechtigt ist.

Erhält der Händler z.B. Bildmaterial von seinem Lieferanten, kann er entweder die gesamte Kette eventueller Rechtsübertragungen prüfen oder durch individualvertragliche Vereinbarung sicherstellen, dass etwa Kosten aus Schadensersatzansprüchen auf den Vertragspartner abgewälzt werden können.

#### **Last but not least: Urheberpersönlichkeitsrechte**

Mit der Schaffung eines Werkes erwirbt der Urheber auch sog. Urheberpersönlichkeitsrechte. Das ist das Recht des Urhebers, als solcher anerkannt und bei jeder Nutzung des Werkes genannt zu werden, § 13 UrhG. Hat der Händler also wirksam die Nutzungsrechte am Bildmaterial erworben, muss er trotzdem deren Urheber auf seiner Seite kenntlich machen. Will er das nicht, muss er dafür sorgen, dass der Urheber auf dieses Urheberpersönlichkeitsrecht verzichtet.

## Lizenzverträge der Bilddatenbanken beachten

Händler, die ihr Bildmaterial nicht von Lieferanten und/oder Herstellern zur Verfügung gestellt bekommen und den Aufwand eigener Bildaufnahmen scheuen, greifen häufig auf einschlägige Bilddatenbanken zurück. Dort bezahlt der Onlinehändler dafür, dass er die in der Datenbank enthaltenen Bilder verwenden darf- es wird ein Lizenzvertrag geschlossen. Entscheidend für den rechtssicheren Umgang mit derartigem Lizenzmaterial ist, dass die Nutzungsbedingungen der Bilddatenbanken, va. in Bezug auf die Urhebernennung, die oftmals bei fehlen abgemahnt wird, einzuhalten.

Haftungsrechtlich problematisch ist dabei häufig die Verwendung von Bildern in sozialen Netzwerken. So sieht z.B. Facebook in seinen Nutzungsbedingungen vor, dass es sämtliche Nutzungsrechte an den auf der Plattform verwendeten Bildern erhält. Lädt ein User fremde Bilder, an denen er Nutzungsrechte erworben hat, auf seinem Facebook Profil hoch, liegt bezüglich der Bilder eine Unterlizenzierung vor.

Die Rechtmäßigkeit der Verwendung der Bilder hängt jetzt davon ab, ob der mit der Bilddatenbank geschlossene Vertrag eine Unterlizenzierung erlaubt. Da diese in den meisten Fällen durch AGB ausgeschlossen ist, bestehen Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche der Bilddatenbankbetreiber gegen den Verwender der Bilder.

Um eine Haftung zu vermeiden ist es für den Händler demnach unbedingt erforderlich, sich über die

Grenzen seiner Nutzungsrechte bewusst zu sein und diese auch einzuhalten.

## Markenästhetik und Persönlichkeitsrechte Dritter beachten

Nicht wenige Händler entscheiden sich dazu, die von ihnen verkauften Produkte selbst in Szene zu setzen. Während sich Probleme mit Urheberrechten bei dieser Variante nicht ergeben, gibt es andere juristische Fallstricke die beachtet werden sollten. Insbesondere wenn Markenware angeboten wird, ist Vorsicht geboten.

Markenrechtsinhaber verwenden viel Zeit und Geld darauf, ein bestimmtes Image für ihre Marke zu kreieren. Die dadurch für das Produkt geschaffene Ausstrahlungswirkung ist Teil des markenrechtlichen Schutzes. Entsprechen die vom Händler selbst hergestellten Produktbildern nicht der Ästhetik der Marke, kann der Markenrechtsinhaber die Verwendung dieser Bilder verbieten und darüber hinaus Schadensersatz verlangen (LG Hamburg, Urteil v. 08.01.2015, Az. 315 O 339/13). Darum gilt: Je hochwertiger die Marke, desto eher sollte man von einer eigenen Darstellung der Produkte absehen und stattdessen Werbematerial vom Hersteller anfordern.

Produziert der Händler eigenes Bildmaterial auf dem neben dem Produkt auch Personen zu erkennen sind, ist deren Recht am eigenen Bild zu beachten. Allein der Abgebildete kann darüber entscheiden, ob und in welcher Weise er öffentlich abgebildet werden will (BGH, 06.03.2007 - VI ZR 51/06). Auch hier ist eine Zustimmung der abgebildeten Person erforderlich. Allerdings: Hat die Person eine Entlohnung für ihre Abbildung erhalten, wird das Vorliegen ihrer Zustimmung vermutet, § 22 S. 1 KUG.

## Achtung Irreführung: Nur das tatsächlich verkaufte Produkt abbilden

Unabhängig davon ob man eigene oder fremde Produktfotos verwendet, ist unbedingt darauf zu achten, dass das abgebildete Produkt dem später an den Kunden gelieferten genau entspricht. Der BGH geht in ständiger Rechtsprechung davon aus, dass die Abbildung eines Produkts Teil der im Rahmen des Kaufvertrags getroffenen Beschaffenheitsvereinbarung zwischen Käufer und Verkäufer ist (BGH, Urteil v. 12.01.2011, Az. VIII ZR 346/09). Weicht das an den Kunden ausgelieferte Produkt von dessen bildlicher Darstellung ab, liegt ein Mangel i.S.d. § 434 BGB vor. Der Kunde kann Nacherfüllung und damit die Lieferung des dargestellten Produkts, in dargestelltem Umfang verlangen.

Ist es dem Händler möglich, das später verkaufte Einzelstück abzubilden, sollte er davon auf jeden Fall Gebrauch machen, um so Nacherfüllungsansprüche des Kunden auszuschließen.

Autor:

**Anna-Lena Baur**

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)