

Fremde Fotos können Werbung richtig teuer machen

Fotos und Videos sind aus der Werbung nicht mehr wegzudenken. Ob in Broschüren, Foldern, der Website oder in sozialen Medien: Bildaufnahmen wecken das Interesse und erzeugen Emotionen. Bei der Verwendung von Bildaufnahmen zu Werbezwecken ist aber Vorsicht geboten. Die unerlaubte Nutzung von Bildmaterial kann unerwünschte Konsequenzen haben.

1. Rechte des Fotografen

In der Regel stellen Bildaufnahmen (das sind Fotos oder Videos) „Werke“ im Sinn des Urheberrechtes dar. Andere Beispiele für ein Werk sind etwa Kompositionen, Gemälde, Texte, Pläne, aber auch Software.

Derjenige, der ein Werk geschaffen hat, ist der „Eigentümer“ des Werkes er wird als „Urheber“ bezeichnet. Ihm kommen umfassende Rechte am Werk zu. Diese Rechte sind im Urheberrechtsgesetz genannt. Dazu zählen etwa das Recht auf Verbreitung, Vervielfältigung oder Veröffentlichung.

Der Urheber kann alleine entscheiden, wer sein Werk (kommerziell) nutzen darf und wer nicht. Gestattet ein Urheber jemandem die Nutzung, räumt er ihm eine Lizenz ein. Dies gilt unabhängig davon, ob auf einem Foto Personen abgebildet sind oder nicht, also zB auch für reine Landschaftsaufnahmen.

Das bedeutet, dass Bildaufnahmen nur dann zu Werbe- und Marketingzwecken verwendet werden dürfen, wenn der Fotograf zugestimmt hat. Meist verlangt er dafür ein Entgelt.

Verwendet hingegen jemand eine Bildaufnahme ohne Genehmigung des Fotografen, stehen dem Fotografen verschiedene Ansprüche zu.

Zunächst hat er Anspruch auf das doppelte „angemessene Entgelt“, also den zweifachen Betrag, der üblicherweise für die entsprechende Nutzung des Bildes bezahlt wird. Je nach dem Umfang und der Dauer der Nutzung kann dieser Betrag bereits recht hoch ausfallen.

Daneben kann der Fotograf die weitere Unterlassung der Nutzung der Bildaufnahme und die Beseitigung (zB die Entfernung des Bildes von einer Website oder das Einstampfen von bereits gedruckten Broschüren) verlangen. Der Fotograf hat auch Anspruch auf eine Urteilsveröffentlichung. Insbesondere letztere kann sehr

teuer werden, da hier unter Umständen eine entgeltliche Einschaltung der Widerrufsmittelteilung in einer Zeitung zu erfolgen hat.

Bei der Verwendung von Bildaufnahmen sollte man sich daher immer vergewissern, ob der Fotograf die Rechte zur jeweils spezifischen Verwendung erteilt hat. Oft erteilen Fotografen auch nur beschränkte Rechte, zB die Nutzung im Internet, nicht aber in sozialen Medien. Der Lizenzvertrag mit dem Fotografen sollte daher genau geprüft werden und so umfassend gestaltet sein, dass alle gewünschten Nutzungsmöglichkeiten von der Lizenz abgedeckt sind.

Fotos, die aus dem Internet heruntergeladen werden, dürfen in der Regel nicht verwendet werden, es sei denn, das Bild wird von einem Stock-Archiv oder einem ähnlichen Dienst gegen Entgelt erworben. Die bloße Aufrufbarkeit eines Bildes im Internet bedeutet nicht, dass der Urheber einer Verwendung durch Dritte zustimmt.

Bei Videos ist die Situation noch komplexer, da unter Umständen mehrere Personen Urheberrechte am Video haben können (zB Produzent, Kameramann, Regisseur, Cutter, Komponist der Filmmusik) und von allen die Zustimmung vorliegen muss.

2. Persönlichkeitsrechte

Neben den Rechten der Urheber haben Personen, die auf Bildaufnahmen erkennbar sind, Persönlichkeitsrechte. Solche Bildaufnahmen dürfen dann nicht veröffentlicht oder verbreitet werden, wenn dadurch „berechtigter Interessen“ der Abgebildeten verletzt würden. Dies könnte etwa der Fall sein, wenn Personen auf dem Foto unvorteilhaft dargestellt werden oder sie ein Interesse haben, nicht als „Werbesubjekt“ für ein bestimmtes Unternehmen oder Produkt dienen zu müssen. Besondere Vorsicht ist bei der Verwendung von Bildern von

Minderjährigen geboten. Auch Bilder von Prominenten dürfen nicht ohne weiteres für Werbezwecke verwendet werden.

Werden Fotos für Werbezwecke verwendet, sollte man deshalb vorsichtshalber die Einwilligungen aller erkennbar abgebildeter Personen einholen oder sich vom Fotografen schriftlich bestätigen lassen, dass die Einwilligungen vorliegen. Bei eigens engagierten Models darf man in der Regel davon ausgehen, dass die Zustimmung vorliegt.

3. Datenschutz

Neben den Urheberrechten und den Persönlichkeitsrechten muss auch der Datenschutz beachtet werden. Bildaufnahmen, auf denen Personen identifizierbar sind, gelten als personenbezogene Daten. Für sie gilt der gleiche Schutz wie für andere personenbezogene Daten. Das bedeutet zunächst, dass eine „Verarbeitung“ von Bildaufnahmen nur dann zulässig ist, wenn das Gesetz die Verarbeitung erlaubt. Unter Verarbeitung versteht man nahezu jeden Vorgang, der personenbezogene Daten betrifft, also zB die Speicherung, Löschung, Erfassung, Veröffentlichung etc.

Eine Verarbeitung ist unter anderem dann zulässig, wenn eine Einwilligung vorliegt. Eine Einwilligung muss aber bestimmte Kriterien erfüllen, um überhaupt gültig zu sein. Sie muss etwa freiwillig erfolgen und den Zweck der

Verarbeitung (zB Verwendung der Bilder in Social-Media-Kanälen) genau bezeichnen.

Eine Einwilligung in Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist in der Regel ungültig, da sie nicht freiwillig erfolgt.

Werden Fotos von Mitarbeitern für Marketingzwecke verwendet, zB in der Email-Signatur oder auf der Website, bedarf es meist auch einer Einwilligung. Hier muss aber sichergestellt sein, dass die Mitarbeiter die Einwilligung wirklich freiwillig erteilen. Es dürfen ihnen daher keine Nachteile drohen, wenn sie nicht zustimmen.

Liegt hingegen keine Einwilligung vor, ist eine Verarbeitung von Bildaufnahmen meist nur dann zulässig, wenn das berechnete Interesse desjenigen, der das Bild verwendet, die Interessen und Grundrechte des Abgebildeten überwiegt. Es geht hier also um eine Interessensabwägung, die im Einzelfall vorzunehmen ist. Unabhängig davon gelten auch die datenschutzrechtlichen Informationspflichten, dh der Verantwortliche muss vorab Betroffene über den Zweck und andere Umstände der Datenverarbeitung informieren.

Für Videoaufnahmen gelten außerdem besondere Kennzeichnungs- und Löschpflichten.

Dr. Georg Huber, LL.M.

Rechtsanwalt

Greiter Pegger Kofler & Partner

6020 Innsbruck, Maria-Theresien-Straße 24

T +43 512 57 18 11 Fax: +43 512 58 49 25

office@lawfirm.at / www.lawfirm.at

