

In diesem Kapitel geht es um die Dinge, die jeder Fotograf wissen sollte, noch bevor er die Kamera in die Hand nimmt. Wann entsteht überhaupt ein Urheberrechtsschutz? Darf er sich Fotograf nennen auch ohne entsprechende Ausbildung? Was gehört auf eine Internetseite?

Außerdem werden Antworten auf Fragen im Umgang mit Models und Visagisten gegeben, zur Veröffentlichung von Aktfotos und zum Umfang der Rechte bei TFP-Shootings. Kurz: Handwerkszeug, damit möglichst nichts schiefgeht.

Fall 1.1

Entstehen des Urheberrechtsschutzes, fehlende Urheberbezeichnung bei Veröffentlichung, Schutzdauer und Vererbung

Als ich mich 1998 als Werbefotograf selbstständig gemacht habe, war eine meiner ersten Fragen, wie ich meine Fotografien schützen lassen kann, damit nur ich bestimmen durfte, wo sie veröffentlicht werden und durch wen. Ich hatte schon vorher bei Zeitschriften häufig, meist klein am Rand der Fotos, Namensnennungen der Fotografen oder Bildagenturen bemerkt, jedoch auch festgestellt, dass nicht alle Zeitschriften diesem Brauch Folge leisteten.

- ▶ Muss man, um urheberrechtlichen Schutz an seinen Fotos zu erlangen, diesen beantragen oder irgendwo eintragen lassen?
- ▶ Habe ich ein Recht darauf, dass mein Name bei Veröffentlichung neben oder am Foto angebracht wird? Kann ich sogar verlangen, dass eine andere Bezeichnung verwendet wird, etwa meine Internetadresse?
- ▶ Was ist, wenn der Verlag sich weigert oder vergessen hat, meine Urheberbezeichnung mit abzudrucken? Immerhin werde ich so um eine wichtige Werbewirkung gebracht. Kann ich in einem solchen Fall Schadensersatz von ihm fordern, und wenn ja, in welcher Höhe?
- ▶ Wie lange sind meine künstlerischen Fotografien geschützt?
- ▶ Was passiert im Falle meines Todes?

Die Frage, wie der urheberrechtliche Schutz entsteht, wird oft gestellt. Es wird häufig angenommen, dass es zur Erlangung des Urheberrechtsschutzes eines gewissen Gestaltungsaktes, etwa in Form einer Registrierung bedarf. Das ist beim Urheberrecht nicht der Fall. Der Urheberrechtsschutz entsteht mit der Schaffung des Werkes selbst. Anders ist dies in der Regel beim Markenrecht und sowieso beim Patent- und Gebrauchsmusterrecht. Das Geschmacksmuster nimmt eine Zwitterstellung ein. Einerseits entsteht es auch erst durch Eintrag in die Geschmacksmusterrolle; andererseits kann der so geschützte Gegenstand auch für sich genommen urheberrechtlich sein, so dass es des Eintrags in die Geschmacksmusterrolle eigentlich nicht bedarf. Die Eintragung in die Geschmacksmusterrolle hat aber andere Vorzüge, die an dieser Stelle nicht vertieft werden sollen.

Wird das Werk von einem Dritten verwendet, so hat der Urheber grundsätzlich Anspruch darauf, dass eine Urheberbezeichnung an dem Werk

Hinweis

Ein Geschmacksmuster ist ein ungeprüftes registriertes Recht an einem Design. Um Schutz zu erlangen, muss es neu sein und Eigenart aufweisen. Hierzu gehören insbesondere industriell verwertbare Gestaltungen wie Türgriffe, Motorradblinker, Porzellan. Das Gebrauchsmuster bezeichnet dagegen technische Erfindungen. Das Recht ist ebenfalls registriert, aber nicht amtlich geprüft. Ein geprüftes Recht ist etwa ein Patent.

angebracht wird, § 13 UrhG. Das muss nicht der Name des Urhebers selbst sein; heute nennen gerade Fotografen häufig gleich ihre Internetdomain. Das Gesetz räumt dem Fotografen damit eine Art garantierte Werbemöglichkeit ein. Niemand ist ungefragt berechtigt, auch dann nicht, wenn das Nutzungsrecht eingeräumt wurde, das Werk ohne Anerkennung der Urheberschaft des Fotografen zu verwenden.

Gelegentlich entsteht Streit darüber, ob der Fotograf mit der Einräumung der Nutzungsrechte gleichsam den Verzicht auf seine Benennung erklärt hat. Grundsätzlich ist das zu verneinen. Zwar berufen sich Nutzer nicht selten auf bestimmte Verkehrssitten, wonach es nicht üblich sei, dass der Urheber benannt werde. Bei Fotografien kann hiervon grundsätzlich nicht ausgegangen werden. Solche Regeln gibt es nicht. Eine den gesetzlichen Bestimmungen klar zuwiderlaufende Verkehrssitte ist nichts anderes als eine rechtlich **nicht** unbeachtliche Unsitte.

Das Landgericht München (LG München ZUM 1997, 57) hat sich zur Praxis der Verlage geäußert, die Fotografen ohne eindeutige Zuordnung in einem Sammelnachweis angeben: Das reiche nicht, so das Gericht. Jedenfalls nicht auf eine solche Verkehrssitte kann sich der Rechtsverletzer berufen, der das fremde Werk ohne Zustimmung des Rechteinhabers nutzt. Denn in diesem Falle hatte der Fotograf gar keine Gelegenheit, sich einer etwa bestehenden Verkehrssitte zu unterwerfen.

Sogar für die Verwendung von Fotografien in Werbeanzeigen ist es üblich, dass der Fotograf auf die Anerkennung als Künstler pochen darf. Wer sich auf eine von der Nennungspflicht abweichende Branchenüblichkeit berufen will, muss diese auch beweisen. Die Tatsache, dass etwas häufig geschieht, wird als Beweis regelmäßig nicht ausreichen. Denn die wirtschaftlich stärkeren

Verlage, die die Urheber nicht oder nicht ausreichend nennen, können keine für alle verbindliche Branchenüblichkeit herstellen.

Wie erwähnt steht dem Urheber zu, zu bestimmen, ob er am Werk benannt wird. Gerade im digitalen Zeitalter ist es üblich, dass nicht mehr einfach nur der Name des Fotografen zum Beispiel unten rechts auf der Fotografie angegeben wird, sondern die auf seine Internetseite hinweisenden Zusätze gleich dazu. Allerdings ist hochumstritten, ob die Bezeichnung mit einer Internetseite auch die Anwendung der Vermutungsregelung des § 10 UrhG begründet. Nach dieser Vorschrift gilt derjenige bis zum Beweisen des Gegenteils als Urheber eines Werkes, der auf einem Vervielfältigungsstück »eines erschienenen Werkes oder auf dem Original eines Werkes der bildenden Künste in der üblichen Weise als Urheber bezeichnet ist«. Das ist typischerweise der Buchtitel eines Bildbandes. Diese Vermutung gilt zwar auch für einen Decknamen oder ein Künstlerzeichen, noch lange nicht aber für eine Internetadresse. Das Landgericht Hamburg ließ eine Bezeichnung `www.[Fotografenname]-archives.com` nicht als Urheberbezeichnung ausreichen (LG Hamburg, Az.: 308 O 708/07 – nicht veröffentlicht, nicht rechtskräftig). Bestreitet der Gegner also die Urheberschaft des Fotografen, muss dieser noch weitere Beweise für seine Urheberschaft liefern.

Bei Rechtsverletzungen ist anerkannt, dass das doppelte fiktive Honorar verlangt werden kann, wenn der Rechtsverletzer die Urheberbezeichnung unterlassen hat (so zuletzt etwa das LG Düsseldorf ZUM-RD 2008, 556). Bislang nicht von der Rechtsprechung geklärt ist die Frage, welche Vergütung zu zahlen ist, wenn zwischen Fotograf und Nutzer ein Vertragsverhältnis besteht und die Vergütung unter den Honoraremp-

Hinweis

Solange ein Urteil noch z.B. mit dem Rechtsmittel der Berufung angegriffen werden kann oder solange das Berufungsverfahren noch läuft, ist es nicht rechtskräftig. Die Rechtskraft tritt erst ein, wenn kein Rechtsmittel mehr möglich ist.

fehlungen der Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing (MFM; hier muss Dreier/Schulze § 72, Rdnr. 29 beachtet werden!) liegt. Kann der Fotograf dann nur das Doppelte dessen verlangen, was er im Vertrag vereinbart hat, oder den Aufschlag, der nach den MFM-Honoraren zu gewährleisten wäre? Der Fotograf wird sich wohl an dem ursprünglich Vereinbarten festhalten lassen müssen. Wie stets kommt es aber auch hier auf den Einzelfall an.

Mit dem Tod des Urhebers gehen sämtliche Rechte, und zwar auch die Urheberpersönlichkeitsrechte, auf seine Erben über, §§ 28, 29 UrhG. Rechtsfolge ist, dass die Rechtsnachfolger des Urhebers die dem Urheber zustehenden Rechte haben, § 30 UrhG. Mit anderen Worten: Die Erben des Urhebers treten für die Dauer von 70 Jahren in dessen Stellung ein.

An dieser Stelle kann auch die Frage beantwortet werden, wie lange der Urheberrechtsschutz eigentlich gilt und was die Folge des Wegfalls des Schutzes ist. Bei Lichtbildwerken gilt der Schutz 70 Jahre *post mortem auctoris*, § 64 UrhG. Um Berechnungsschwierigkeiten zu vermeiden, bestimmt § 69 UrhG, dass die Frist immer mit Ablauf des Kalenderjahres beginnt, in dem der Fotograf verstorben ist. Bei anonymen und pseudonymen Werken erlischt das Urheberrecht 70 Jahre nach deren Veröffentlichung, § 66 Abs. 1 UrhG.

Etwas anders gilt für Lichtbilder gemäß § 72 UrhG. Der Lichtbildschutz endet 50 Jahre nach dem Erscheinen des Lichtbildes. In diesen Fällen kann es der Fotograf also durchaus erleben, dass seine Fotografie gemeinfrei wird, nun also von jedermann in beliebiger Weise verwendet werden kann. Auf diese Weise ist auch vorstellbar, dass es durchaus einmal Streit geben kann: Fünfzig Jahre nach Erscheinen der Fotografie macht der Fotograf Unterlassungsansprüche gegen einen

Nutzer geltend mit der Behauptung, er sei Lichtbildner und habe ein Werk gemäß § 2 UrhG geschaffen. Der Nutzer dagegen ist der Auffassung, dass es sich nur um ein einfaches Lichtbild handle und er das Bild rechtmäßig für zum Beispiel seine Werbung verwendet, dazu verändert und natürlich den Urheber nicht benennt. Das Bild sei wegen Ablaufs der Schutzfrist gemäß § 72 UrhG gemeinfrei, der Fotograf könne heute keine Rechte mehr geltend machen. Ob ein Lichtbildwerk oder ein Lichtbild vorliegt, entscheidet gegebenenfalls ein Gericht aus eigener Sachkunde. Sieht es sich hierzu nicht in der Lage, muss ein Sachverständigengutachten, das zumeist von einem Hochschulprofessor für Fotografie erstellt wird, angefordert werden.

Fazit

Der Urheberrechtsschutz entsteht mit der Schaffung einer Fotografie selbst, muss also nicht beantragt werden. Jeder Urheber hat ein Recht darauf, dass er bei Veröffentlichung eines Fotos, und das gilt auch bei Werbeanzeigen, namentlich (oder auch anders, beispielsweise die Internetdomain) genannt wird, was für uns Fotografen ein nicht zu unterschätzendes Werbemittel ist. Der Urheberrechtsschutz bei Lichtbildwerken bleibt noch für die Dauer von 70 Jahren nach dem Tod des Urhebers bestehen, bei Lichtbildern sind es 50 Jahre.

Fall 1.2 Lichtbildwerke und Lichtbilder

Ich höre immer wieder, dass es sog. Lichtbildwerke und Lichtbilder gibt, jeweils sind aber Fotografien gemeint.

► Was ist eigentlich der Unterschied?

Im Rechtsalltag spielt die Unterscheidung zwischen einem Lichtbildwerk gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 5 UrhG und einem Lichtbild kaum eine Rolle, weil Lichtbilder in entsprechender Anwendung der für Lichtbildwerke geltenden Vorschriften geschützt sind, § 72 UrhG. Vertreten wurde, dass man das Recht am Lichtbild – anders als beim Urheberrecht, was nur durch Vererbung übertragen werden kann, §§ 28, 29 UrhG – komplett übertragen könne, aber diese Auffassung hat sich zu Recht nicht durchgesetzt. Wann jedenfalls ein Lichtbildwerk vorliegt, hat das Oberlandesgericht Düsseldorf in einer Entscheidung vom 15. April 2008 (OLG Düsseldorf, Az. 20 U 143/08) unter Bezugnahme auf die Rechtsprechung und die urheberrechtliche Literatur anschaulich wie folgt zusammengefasst:

»Als Lichtbildwerke sind Lichtbilder geschützt, bei denen der Urheber durch den gezielten Einsatz eines oder mehrerer Ausdrucksmittel das Bildresultat in einer Weise beeinflusst und prägt, dass eine persönliche und geistige Schöpfung nach § 2 Abs. 2 vorliegt (Wandtke/Bullinger, Urheberrecht, 2. Aufl. 2006, § 2 Rn. 117; Schricker/Loewenheim, Urheberrecht, 3. Aufl. 2006, § 2 Rn. 177). Geschützt sind Fotografien, wenn sie individuelle Werke in dem Sinne darstellen, dass sie das Ergebnis der eigenen geistigen Schöpfung ihres Urhebers sind (BGH GRUR 2000, 317, 318 – Werbefotos). Eines besonderen Maßes an schöpferischer Gestaltung bedarf es danach für den Schutz als Lichtbildwerk nicht (BGH a. a. O. m. w. Nachw.). Erfasst ist auch die »kleine Münze« (Schricker/Loewenheim, Urheberrecht, 3. Aufl. 2006, § 2 Rn. 177). Maßgeblich ist die Prägung durch die Individualität ihres Urhebers, etwa durch die Auswahl des Motivs, der Perspektive oder des richtigen Moments bei Bewegungsvorgängen und Porträts (Schricker/Loewenheim, Urheberrecht, 3. Aufl.

2006, § 2 Rn. 179). Dabei zeichnen sich Lichtbildwerke zum Beispiel dadurch aus, dass sie über die gegenständliche Abbildung hinaus eine Stimmung besonders gut einfangen (Schricker/Loewenheim a. a. O.; OLG Hamburg GRUR 1999, 717).«

Ob nun eine bestimmte Fotografie ein Lichtbildwerk darstellt oder nicht, liegt letztlich auch mit dieser Definition – buchstäblich – im Auge des Betrachters. Lichtbilder stellen den Rest der Fotografien dar; gewissermaßen jedes »Knipsbild« genießt den Schutz des Urheberrechtsgesetzes. Lichtbilder sind zum Beispiel auch solche aus Passbildautomaten, wenn die Person sich selbst ausrichtet.

Einen Unterschied gibt es in der Schutzdauer: Beim Lichtbildwerk sind es 70 Jahre nach Tod des Urhebers, beim Lichtbild sind es 50 Jahre nach der ersten Veröffentlichung. Die Frist beginnt mit dem Schluss des Jahres, in dem der Bildautor verstorben bzw. die Erstveröffentlichung erfolgt ist, § 69 UrhG.

Fazit

Geschützt durch das Urheberrechtsgesetz sind alle Fotografien, egal ob es sich um individuelle Werke in dem Sinne handelt, dass sie das Ergebnis der eigenen geistigen Schöpfung ihres Urhebers sind, oder ob es bloße »Knipsbilder« eines Laien sind.

Fall 1.3 Miturheberschaft

Nicht immer ist die Frage nach der Urheberschaft eindeutig zu beantworten. Insbesondere wenn mehrere Urheber gemeinsam ein Werk erschaffen, können Interessenkonflikte die Verwertung der

Fotografie erschweren. Nicht selten in der Praxis anzutreffen sind Fotografengemeinschaften. Hier ist es gang und gäbe, dass zwei oder mehr Fotografen gemeinsam arbeitsteilig an den Aufnahmen arbeiten. Beispielsweise richtet einer der Fotografen die Stills her, der andere fotografiert sie, und dies dann im Wechsel, so dass später gar nicht mehr genau festgestellt werden kann, welcher der Fotografen beim jeweiligen Foto den Auslöser gedrückt und welcher die Produkte zurechtgelegt und ins rechte Licht gerückt hat.

Und was gilt beim Einsatz von Visagisten und Stylisten, wenn diese nicht nur ausführen, was der Fotograf vorgegeben hat, sondern vielmehr eigenverantwortlich kreativ wesentlich das Ergebnis mitbestimmen?

Ebenfalls nicht selten ist die umfangreiche Bearbeitung oder Verfremdung von Fotos, zum Beispiel mit Photoshop, durch eine andere Person als derjenigen, die den Auslöser gedrückt hat.

- Wann liegt Miturheberschaft bei Fotografien vor?
- Kann ich, um spätere Rechtsstreitigkeiten bezüglich der Rechte an der Fotografie von vornherein gleich auszuschließen, schon während der Aufnahmen einen Vertrag aufsetzen, in dem geregelt ist, dass die Miturheber auf alle Rechte aus ihrer Miturheberschaft verzichten?

Gemäß § 7 UrhG ist der Urheber der Schöpfer des Werkes. Haben mehrere ein Werk gemeinsam geschaffen, ohne dass sich ihre Anteile gesondert verwerten lassen, so sind sie Miturheber des Werkes, § 8 Abs. 1 UrhG. Streit darf es nach dem Gesetz eigentlich nicht geben, denn gemäß § 8 Abs. 2 S. 2 UrhG darf ein Miturheber seine Einwilligung zur Veröffentlichung, Verwertung und Änderung des Werks nicht wider Treu und Glauben verweigern. Die Erträge – also: Lizenzen

–, die mit dem Werk erzielt werden, gebühren den Miturhebern nach dem Umfang ihrer Mitwirkung an der Schöpfung des Werks, so § 8 Abs. 3 UrhG, es ist aber möglich, hier eine vertragliche Vereinbarung zu treffen.

Das Recht der Miturheberschaft ist von dem Grundsatz der Gleichheit der Werkart bestimmt. Zum Beispiel bei Multimediawerken spricht man nicht von einem einzelnen Werk, sondern von Werkverbindungen aus Texten, Programmen, grafischem Design usw. Der Designer einer urheberrechtsfähigen Grafik oder der Fotograf einer auf einer Webseite gezeigten Fotografie hat demgemäß kein Miturheberrecht am endgültigen Werk, sondern nur an ihren jeweiligen Einzelbeiträgen. Typische Fälle finden sich bei PC-Programmen, wissenschaftlichen Aufsätzen, Melodien und Filmwerken.

Auf die Fotografie übertragen, bedeutet dies, dass zwar theoretisch ein Urheberrecht des Visagisten denkbar ist. Dann hat dieser sein Werk aber am Körper, am Gesicht des Models zur Entstehung gebracht. Auch der Stylist mag ein Bild geschaffen haben, das dem Urheberrechtsschutz zugänglich ist. Aber es bleibt allein der Fotograf, der Urheber des späteren Lichtbildes wird.

Bei den beschriebenen Fotografenduos ist es eher eine Frage der vertraglichen Vereinbarung, wie mit den Fotografien umgegangen wird. Rein theoretisch nämlich könnte keiner beweisen, dass dieses oder jenes Bild von ihm geschaffen wurde, dann könnte das Bild gar nicht verwendet werden. Die vertragliche Vereinbarung muss dabei kein ausgeklügeltes Vertragswerk sein. Schon das Zusammenarbeiten beinhaltet, wenn beide auf den Auslöser der Kamera drücken, das schlüssige Einräumen entsprechender Nutzungsrechte an den jeweils anderen. Dennoch ist eine schriftliche Vereinbarung empfohlen, damit für

den Fall der Beendigung der Zusammenarbeit geklärt ist, wie dann mit den Verwertungsrechten verfahren werden soll.

Schließlich können Fotograf und Bearbeiter gewissermaßen nacheinander geschaltet tätig werden. Urheber der Fotografie ist der Fotograf. Der Bearbeiter ist solcher nach § 23 UrhG, so dass dieser nur mit Einwilligung des Urhebers die neu geschaffenen (bearbeiteten oder umgestalteten) Werke veröffentlichen oder verwerten darf. Er schafft auch kein neues Lichtbild oder Lichtbildwerk. Solange noch das Werk des Fotografen erkennbar ist, hat der Bearbeiter also keine eigenen Rechte. Er kann seinerseits Dritten, auch dem Fotografen, nur untersagen, das bearbeitete Werk ihrerseits zu verwerten, wenn die Bearbeitung für sich genommen urheberrechtsfähig ist.

Fazit

Haben mehrere ein Werk gemeinsam geschaffen, ohne dass sich ihre Anteile gesondert verwerten lassen, so sind sie Miturheber des Werkes. Das ist aber bei Fotografien kaum denkbar. Fotografengemeinschaften, bei denen die Mitglieder abwechselnd auch mal den Auslöser drücken, sollten, um spätere Rechtsstreitigkeiten auszuschließen, eine Vereinbarung abschließen, worin geregelt ist, wie im Falle einer Auflösung der Fotografengemeinschaft mit den weiteren Nutzungsrechten der während der Zeit der Zusammenarbeit entstandenen Fotos umgegangen wird. Anders ist es bei Visagisten und Stylisten: Auch wenn sie zum Zustandekommen des Motivs und des Fotos nicht unwesentlich beigetragen haben, bleibt es doch allein der Fotograf, der Urheber der späteren Fotografie wird.

Fall 1.4 Von Meistern und Künstlern

Lange Zeit galt in Deutschland der Grundsatz, dass sich nur Fotografen selbstständig machen (»niederlassen«) durften, die eine Meisterprüfung absolviert hatten. Zum Tragen der Bezeichnung »Fotograf« reichte bereits der Abschluss der Gesellenprüfung. Die Einhaltung dieser Vorschriften wurde streng von den Handwerkskammern überwacht und der einzige Ausweg für Quereinsteiger wie mich war es jahrzehntelang, sich als »Fotokünstler« oder »Fotodesigner« zu bezeichnen und nur Aufträge entgegenzunehmen, die mehr als einer handwerklichen Ausbildung bedurften.

Mit Aufkommen der EU wurde das Ganze dann noch einmal ad absurdum geführt, als nämlich jeder EU-Ausländer, egal ob er Schlachter, Bäcker oder einen anderen Beruf erlernt hatte, sich in Deutschland als »Fotograf« niederlassen und arbeiten durfte (so genannte »Inländerdiskriminierung«).

- Wie ist das mittlerweile geregelt? Darf ich mich ohne Ausbildung oder Prüfung Fotograf nennen und alle Arten der Fotografie (auch Hochzeitsfotografie) betreiben?

Diese Frage wird in der Tat heute weitaus liberaler gefasst als noch vor einigen Jahren. Die Handwerksordnung wurde regelrecht aufgeräumt; Bezeichnungen, die früher als geschützt galten, können nun von jedem, der die schlichte Tätigkeit ausübt, verwendet werden. Interessanterweise übrigens war die Bezeichnung »Fotograf« nie in der Weise geschützt, dass nur Gesellen oder Meister sie hätten benutzen dürfen. Der Irrglaube hatte sich in den interessierten Krei-

sen allerdings durchgesetzt, weil niemand die zuständigen Handwerkskammern auf sich aufmerksam machen wollte. Diese wurden eher dann hellhörig, wenn jemand sich Fotograf nannte und beispielsweise Porträt- oder Hochzeitsfotografie betrieb, ohne Geselle oder Meister zu sein, als bei jemanden, der sich »freischaffender Fotokünstler« nannte, und entsprechend künstlerische Fotografie von soeben vermählten Paaren anbot.

Heute kann sich derjenige Fotograf nennen, der fotografiert. Mir selbst ist im Übrigen in neuerer Zeit kein Fall bekannt, in der tatsächlich eine Handwerkskammer gegen einen freischaffenden und nicht mit Meisterbrief ausgestatteten Fotografen vorgegangen wäre. Man hat wohl auch dort erkannt, dass die besten Fotografen der Welt oftmals keine formelle Ausbildung genossen haben. Manche sind von Haus aus Elektriker, andere Volks- oder Betriebswirte oder Juristen.

Fazit

Spätestens seitdem die EU in weite Bereiche der nationalen Gesetzgebung eingreift, haben Quereinsteiger in der professionellen Fotografie nicht mehr zu befürchten, vom »Bannstrahl« der Handwerkskammern getroffen zu werden. Jeder, der fotografiert, darf sich auch Fotograf nennen, unabhängig davon, ob er eine handwerkliche Ausbildung, ein entsprechendes Studium an der Kunsthochschule oder einen ganz anderen beruflichen Hintergrund hat. Nichtsdestotrotz ist es aber empfehlenswert, bevor mit dem Berufseinstieg als Fotograf begonnen wird, dafür zu sorgen, sich fundierte Kenntnisse zumindest über die Grundlagen der Fotografie anzueignen, wobei jeder selbst den hierfür geeignetsten Weg für sich herausfinden muss.

Fall 1.5 Werbefotografie und Abgaben an die Künstlersozialkasse

Jedes Unternehmen, das Aufträge an selbstständige Künstler vergibt, hat zusätzlich zu den Honoraren hierauf eine Künstlersozialabgabe zu entrichten. Die Künstlersozialkasse (KSK) finanziert mit diesen Abgaben die Zuschüsse an freie Künstler und Publizisten für die gesetzliche Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung. Weisen die Arbeiten eines beauftragten Fotografen einen beachtlichen Anteil an »freier eigenschöpferischer Gestaltung« auf, sind seine Arbeiten als Kunst anzusehen, was für seine Auftraggeber wiederum eine Zahlung an die KSK zur Folge hat.

- ▶ Wie ist die Rechtslage heute?
- ▶ Wie sieht es mit der Leistung der von den Fotografen gebuchten Visagisten aus? Sind hierauf auch Künstlersozialabgaben fällig?
- ▶ Und bei Fotomodellen?

Wenn der Fotograf an die Weisungen des Auftraggebers eng gebunden und er »nur« handwerklich tätig war, war in der Vergangenheit bis ins Jahr 2004 keine KSK-Abgabe fällig. Auf der Suche nach neuen Einnahmequellen hat die KSK jedoch erreicht, dass zumindest in der Werbefotografie die bis dato geltende Trennung zwischen Kunst- und handwerklicher Fotografie aufgehoben wurde. Werbefotografie gilt nun, zumindest in Bezug auf die KSK-Abgabenregelung, nach dem Urteil des Bundessozialgerichts vom 4. März 2004 (Az. B 33 KR 17/03 R und 15/03 R) per se als Kunst. Begründet wurden die Entscheidungen unter anderem damit, dass es eine Überforderung aller am Entscheidungsprozess Beteiligten

darstellen würde, wenn die Künstlersozialkasse jede Fotografie auf ihren künstlerischen Gehalt hin zu überprüfen hätte. Dies ähnelt ein wenig der gesetzgeberischen Wertung, die in § 72 UrhG zum Ausdruck gekommen ist; mit dieser Vorschrift wird gewissermaßen jede Fotografie unter den Schutz des Urheberrechtsgesetzes gestellt, unter anderem auch deshalb, um Streitigkeiten über die Frage der Lichtbildwerkqualität (dann Kunstwerk, sonst nicht) zu vermeiden. Der von der KSK verlangte Beitragssatz unterliegt Änderungen; er beträgt im Jahr 2008 4,9 % und im Jahr 2009 4,4 %.

Es ist dabei für den Fotografen, der komplette Aufträge entgegennimmt, nicht unwichtig zu wissen, ob auch von ihm beauftragte Visagisten und Fotomodelle der Abgabepflicht unterliegen. Denn diese Zahlungen muss er einkalkulieren. In einer weiteren Entscheidung des Bundessozialgerichts vom 12. Mai 2005 (Az. B 3 KR 39/04 R) wurde entschieden, dass Visagisten wie die Fotografen zum Kreise der Kreativen gehören, die also zum Gelingen eines Werbeauftrages beitragen. Nach Auffassung des Gerichts wäre es ohne deren gestalterische Arbeit dem Fotografen nicht möglich, das zu fotografierende Objekt so vorteilhaft ins Bild zu setzen, wie es der Auftrag erfordert. In der Entscheidung des Bundessozialgerichts heißt es:

»Das zu erstellende Produkt – das Werbefoto oder das Modelbild – ist im Ergebnis nicht nur dem Werbefotografen zuzurechnen, sondern auch der Klägerin, weil sie das Gelingen des Kunstwerks durch ihre Arbeit entscheidend mitgestaltet. Durch ihre Schaffung von themenorientierten Gesichtspunkten gibt sie dem Endprodukt eine charakteristische Note, was letztlich auch darin zum Ausdruck kommt, dass sie auf den von ihr vorgelegten Werbefotos neben dem Fotografen ebenfalls als Verantwortliche hervorgehoben wird. Ohne ihre gestalterische Arbeit wäre es dem

Fotografen nicht möglich, das Objekt entsprechend den Vorgaben des Auftraggebers möglichst vorteilhaft ins Bild zu setzen. Die Tatsache, dass die Klägerin zum Gelingen der Fotoshootings ganz erheblich beiträgt, wird schließlich auch durch die großen Freiräume belegt, die sie bei der Umsetzung der jeweiligen Thematik im Einzelfall besitzt. Innerhalb des Teams muss sie sich zwar mit den gestalterischen Vorgaben anderer (Fotograf, Stylist) auseinandersetzen, doch bei der Umsetzung ihrer eigenen Ideen besitzt sie vergleichbare kreative Freiheiten. Sie ist deshalb – wie der Werbefotograf – als bildende Kunst Schaffende im Sinne von § 2 KSVG anzusehen.«

Für Fotomodelle ist dies derzeit noch nicht entschieden worden; angesichts der Tatsache aber, dass das Sozialgericht Köln (Az: S 23 KR3 /07) die Tätigkeit von Dieter Bohlen als Juror in der Sendung »Deutschland sucht den Superstar« als Kunst angesehen hat, kann es kaum lange dauern, bis jedenfalls prominente Fotomodelle, wie zum Beispiel Dita von Teese, als Künstlerinnen gelten werden. Der Fotograf ist deshalb gut beraten, wenn er in seine Angebote an die Auftraggeber einen Passus auflegt, durch den der Auftraggeber sich verpflichtet, etwaige Sozialversicherungs- bzw. Künstlersozialabgaben zu übernehmen. Bei Fotoassistenten und Fotomodellen sowie Setbauern geht die Künstlersozialkasse einstweilen davon aus, dass dieser Personenkreis nicht als Künstler einzustufen ist.

Fazit

Werbefotografie gilt seit 2004 per se als Kunst, das heißt, es kommt nicht mehr darauf an, ob sich der Fotograf als Künstler bezeichnet oder als Handwerker; seine Leistung an die mit seinen Fotos werbende Unternehmung zieht automatisch die Rechtsfolge nach sich, dass der Auftraggeber eine Abgabe an die Künstlersozialkasse zu zahlen hat.

Bemessungsgrundlage ist seine Rechnung für das gesamte Fotoshooting, also inklusive Nebenkosten. Der anzuwendende Satz beträgt im Jahr 2009 4,4 %. Da auch der Einsatz von Visagisten oder Foodstylisten eine KSK-Abgabe nach sich zieht, sollten alle Fotografen, die Visagisten einsetzen, eine entsprechende Rücklage bilden.

Fall 1.6

Haben Visagisten und Stylisten ein eigenes Urheberrecht?

Neulich habe ich für ein Fotoshooting eine mir bis dahin unbekannte Visagistin gebucht. Die Visagistin legte mir einen Vertrag vor, in dem sie mir beschränkte Nutzungsrechte an den von ihr geschaffenen »Werken« übertragen wollte. Ich habe gestutzt: Wieso Urheberrecht? Das Fotoshooting ist dann geplatzt; ich bin aber unsicher, was ich tun soll, wenn mir künftig ein Visagist irgendwelche Nutzungsrechte übertragen will. Ich bin der Ansicht, dass der Visagist nur handwerkliche, wenn auch sehr komplizierte und auch sehr schwierige und schöne, Leistungen erbringt.

- Bin nicht ich als Fotograf der Alleinurheber?

In der schon erwähnten Entscheidung des Bundessozialgerichts vom 12. Mai 2005 (Az B 3 KR 39/04 R) hat dieses festgestellt, dass Visagisten, die zum Gelingen eines Shootings beitragen, ebenfalls als Künstler gelten. Für Visagisten muss daher ebenfalls eine Abgabe an die Künstlersozialkasse gezahlt werden.

Der Kunstbegriff im Künstlersozialversicherungsgesetz ist aber nicht deckungsgleich mit dem aus dem Urheberrechtsgesetz. Und die Entscheidung des Bundessozialgerichts ist falsch: In aller Regel haben der Fotograf oder die abgebildete Person klare eigene Vorstellungen darüber, wie deren Arbeit aussehen soll. Visagisten führen häufig nur aus, was ihnen aufgegeben wird, wenn auch zum großen Teil auf einem sehr hohen Niveau und mit gewiss auch kunsthandwerklichem Anspruch.

Die Auswirkungen der Entscheidungen des Bundessozialgerichts können noch weiter reichen. Tatsächlich versuchen Visagisten, aber auch Stylisten, für das gleiche Geld, mit dem die Arbeitsergebnisse bisher uneingeschränkt genutzt werden konnten, diese nun zeitlich oder inhaltlich zu beschränken mit dem Hinweis darauf, dass bestimmte Nutzungsrechte, nämlich Vervielfältigungsrechte (durch Fotografie) übertragen worden sind. Diese spätere Ausweitung der ursprünglichen Nutzung erfordert dann die Einholung weiterer Nutzungsrechte (und damit wird auch jedes Mal eine Zahlung an die Visagisten und Stylisten fällig); auch das Verhältnis zwischen dem Fotograf und dem Model kann beeinträchtigt werden, weil gegebenenfalls immer noch der Visagist gefragt werden muss, ob eine bestimmte Nutzung gestattet ist oder nicht. Außerdem verlangen Visagisten gelegentlich, dass sie bei der Veröffentlichung der Fotografien als Urheber benannt werden (§ 13 UrhG).

Das alles ist sehr problematisch. Wenn sich eine Visagistin als Künstlerin begreift, dann mag sie selbst einen Fotografen und ein Model buchen und beide dafür bezahlen. Das unterbleibt nicht ohne Grund. Es ist den Visagisten unbenommen, bestimmte, auch hohe, Preise zu verlangen. Die Ansicht, die eigene Leistung des Visagisten sei urheberrechtsfähig, kann auch zurückschlagen:

Nur selten wird ein Make-up den Anforderungen genügen, die an ein urheberrechtlich geschütztes Werk zu stellen sind. Es gibt keinen Schutz der »kleinen Münze« bei Werken der angewandten Kunst. Besteht aber kein urheberrechtlicher Schutz, so können auch urheberrechtliche Nutzungsrechte nicht übertragen werden. Der Fotograf könnte einwenden, dass dann auch kein Honorar zu zahlen ist (§§ 311a, 326 BGB). Dem Fotografen ist in jedem Fall geraten, entsprechende Vertragsbedingungen des Visagisten oder Stylisten nicht zu akzeptieren, sondern für klare Verhältnisse zu sorgen, anderenfalls kann es zu einem teuren Rechtsstreit vor Gericht kommen, in dem gegebenenfalls erst per Gutachten, das ohne Weiteres einen vierstelligen Betrag kosten kann, geklärt werden muss, ob ein Make-up oder ein Styling die urheberrechtliche Schöpfungshöhe erreicht.

Fazit

Fotografen sollten sich nicht darauf einlassen, wenn Visagisten oder Stylisten die Nutzung ihrer Arbeit einschränken möchten.

Anders als im Künstlersozialversicherungsgesetz wird im Urheberrechtsgesetz die Leistung der Visagisten und Stylisten (noch) nicht als »Kunst« bewertet.

Fall 1.7 Die wesentlichen Punkte in einem Modelvertrag

Zwischen Fotograf und Model steht immer eines: der Vertrag. Es gibt einige Muster im Internet, die häufig lang und breit Rechte verteilen, Kündigungsmöglichkeiten vorsehen, doch weiß man häufig nicht, worauf man sich verlassen kann.

- ▶ Welche Punkte sollten in einem Model-Release (MR) geregelt werden?

Modelverträge bzw. Model-Releases sind tatsächlich so vielfältig, wie die eigenen Wünsche der Fotografen und Models selbst. Allerdings gibt es einige Basics, die in jeden Vertrag gehören:

1. Name und Anschriften der Beteiligten
2. Übertragung des Rechts am eigenen Bild auf den Fotografen und für ihn handelnde Dritte, und zwar ohne Beschränkung zeitlich (Dauer), räumlich (weltweite Nutzung), sachlich (Werbung, Ausstellung, Kunstprojekt), ohne Beschränkung auf ein Medium (also zum Beispiel Print und Internet)
3. Recht des Fotografen, die Bilder beliebig zu verändern
4. Recht des Fotografen, den Namen des Models zu verwenden oder seine Verwendung zu unterlassen
5. Höhe des Honorars, am Ende des Vertrages eine Quittung, dass der Betrag in bar ausbezahlt wurde
6. Klärung, ob das Model selbst Bilder bekommt und verwenden darf. Wenn erlaubt, dann auch zur Eigenwerbung im Model-Book, eigener

Abbildung 1.1

Damit hinterher keine Streitigkeiten aufkommen, sollte zu Beginn des Fotoshootings ein klar formulierter unmissverständlicher Modelvertrag aufgesetzt und unterzeichnet werden. In diesem wird unter anderem geregelt, welche Veröffentlichungsrechte sowohl Fotograf als auch gegebenenfalls das Model an den Fotos haben. Wurde Modelhonorar bar bezahlt, dient das Model-Release gleichzeitig auch als Quittung, dass das Model das Honorar erhalten hat.



Internetseite oder in einem Profil wie zum Beispiel bei der Model-Kartei

7. Der Hinweis, dass das Model ein Exemplar des Vertrages erhalten hat
8. Der Hinweis, dass mündliche Nebenabreden nicht getroffen wurden

Verträge mit professionellen Models für Werbeaufträge enthalten häufig Einschränkungen der Nutzung, beispielsweise dürfen die Bilder dann nur für eine bestimmte Werbekampagne in Europa für den Zeitraum von zwei Jahren verwendet werden. Der Nutzungsumfang bemisst sich dann daran, was auch der Fotograf dem Auftraggeber an Nutzungsrechten einräumt. Bei Profimodels ist ein unbeschränktes Buy Out, also das

Recht, Bildmaterial in jeder Hinsicht unbeschränkt zu nutzen, oft sehr teuer. Ganz anders ist dies im künstlerischen Bereich.

Fazit

Ein »wasserdichtes« Model-Release, abgeschlossen zu Beginn des Fotoshootings, hilft, spätere Rechtsstreitigkeiten zu vermeiden. Wenn der Vertrag klar und unmissverständlich formuliert ist, sind sowohl Fotograf als auch Model auf der sicheren Seite. In der Praxis hat es sich bewährt, dem Model möglichst zwei bis drei Tage vor dem Shooting den Vertrag zur Durchsicht zukommen zu lassen, damit etwaige wichtige inhaltsbezogene Fragen schon im Vorfeld geklärt werden können.

Fall 1.8

Nutzung der Fotos bei TFP-Shootings

In den letzten Jahren hat sich in der Szene der Begriff TFP («Time for Pictures») etabliert. Er beinhaltet meist die Absprache, dass der Fotograf kein Modelhonorar zu zahlen braucht, weil das Model als Gegenleistung zum Einbringen seiner Zeit eine vorher zu bestimmende Anzahl Fotos (als Abzüge oder in digitaler Form) zur Eigenwerbung erhält. Viele Newcomer-Fotomodelle erhoffen sich so gute Referenzfotos für ihre Mappe, während die meisten Fotografen auf diese Weise Testshootings zum Üben durchführen können, ohne Modelhonorar zahlen zu müssen. Es profitieren folglich beide Seiten von dieser Art der Zusammenarbeit.

- ▶ Dürfen die Fotografen mit diesen Fotos Eigenwerbung betreiben, zum Beispiel in gedruckter Form (Flyer) oder im Internet (auf ihrer Homepage)?
- ▶ Dürfen die Models ihre bei TFP-Shootings entstandenen Fotos auch im Internet, beispielsweise auf Internetseiten von Modelagenturen, veröffentlichen?
- ▶ Was ist, wenn der Fotograf eine größere Werbekampagne fotografiert und das gebuchte Model – laut TFP, wie vereinbart – als Gegenleistung lediglich ein paar Abzüge bekommt? Ist das nicht Ausbeutung, verstößt ein solches Vorgehen nicht gegen die guten Sitten?

Der »klassische« TFP-Vertrag sieht überhaupt keine Nutzung im engeren Sinne vor. Weder dürfte der Fotograf die Fotografien auf eine eigene Internetseite stellen, noch darf das Fotomodell damit Eigenwerbung betreiben. Sinn des TFP war, dass der Fotograf seine Ausrüstung und seine künstle-

rischen Fähigkeiten testet, während das Fotomodell sich darin übt, vor der Kamera zu posen.

Viele, dann schriftlich abgeschlossene TFP-Verträge, sehen vor, dass die Fotografien sowohl vom Fotografen als auch vom Fotomodell für die Eigenwerbung genutzt werden dürfen. Die Eigenwerbung umfasst in der Regel die Verwendung auf einer eigenen Internetseite sowohl des Fotografen und des Fotomodells oder eine Einstellung in ein Profil in einer Forenseite, wie zum Beispiel bei der Model-Kartei.

Eine darüber hinausgehende Nutzung ist regelmäßig nicht vereinbart; insbesondere ist es dem Fotografen nicht gestattet, die Fotografien gewerblich einzusetzen, also etwa kostenpflichtige Lizenzen daran zu erteilen. Leider sehen viele Verträge durchaus vor, dass die Bilder ohne weitere Bezahlung vom Fotografen verwendet werden dürfen. Bedenklich ist dies jedenfalls dann, wenn der Fotograf nicht einmal verpflichtet ist, das Model auf eine Verwendung hinzuweisen. Soweit ersichtlich, gibt es aber noch keine Gerichtsentscheidung, die sich mit der Wirksamkeit eines solchen Vertrages befasst. Grundsätzlich dürfte von der Wirksamkeit auszugehen sein, denn niemandem ist es untersagt, für sich selbst nachteilige Verträge abzuschließen.

Wie in allen rechtlichen Angelegenheiten gilt aber auch hier, dass eine kleine vertragliche Vereinbarung große Sicherheit bieten kann. Fotograf und Model sollten klarstellen, dass die Fotografien für die Eigenwerbung verwendet werden dürfen. Dies schließt auch eine – letztlich gewerbliche! – Nutzung der Fotografien auf der eigenen Internetseite mit ein, denn durch das Zeigen besonders guter Fotos möchte das Model natürlich seine Wandlungsfähigkeit unter Beweis stellen und damit weitere, dann unter Umständen zahlende, Auftraggeber für sich gewinnen. Nicht selbstverständlich sollte eine gewerbliche Nut-