



EDITION
PROFIFOTO

Daniel
Kötz

Jens
Brüggemann

2. Auflage



FOTOGRAFIE & RECHT

DIE WICHTIGSTEN RECHTSFÄLLE FÜR DIE FOTOPRAXIS

Inhalt

VORWORT	9
DIE AUTOREN	13
Kapitel 1	
GRUNDLAGEN	17
Fall 1.1 Entstehen des Urheberrechtsschutzes, fehlende Urheberbezeichnung bei Veröffentlichung, Schutzdauer und Vererbung	18
Fall 1.2 Lichtbildwerke und Lichtbilder	21
Fall 1.3 Miturheberschaft	22
Fall 1.4 Von Meistern und Künstlern	24
Fall 1.5 Werbefotografie und Abgaben an die Künstlersozialkasse	26
Fall 1.6 Haben Visagisten und Stylisten ein eigenes Urheberrecht?	28
Fall 1.7 Die wesentlichen Punkte in einem Modelvertrag	30
Fall 1.8 Nutzung der Fotos bei TFP-Shootings	32
Fall 1.9 Fotomodelle und Modelagenturen	34
Fall 1.10 Falsche Angaben auf der Model-Sedcard	35
Fall 1.11 Tätowierte Models	36
Fall 1.12 Aktfotos von Minderjährigen strafbar?	37
Fall 1.13 Erkennbarkeit der abgebildeten Person	41
Fall 1.14 Fotomontagen	42
Fall 1.15 Bildmanipulation bei Politiker-Porträts: Satire?	45
Fall 1.16 Gefahren der Gefälligkeitsfotografie: Schwarzarbeit?	46



Fall 1.17	Altersbeschränkung bei Erotikfotos im Internet?	48
Fall 1.18	Impressum auf der Internetseite und bei Facebook.	50
Fall 1.19	Disclaimer bei Internetseiten.	52
Fall 1.20	Ist die Veröffentlichung eines Fotos im Internet oder auf DVD eine eigenständige Nutzung?	52
Fall 1.21	Verfallsdatum von Gutscheinen	54
Fall 1.22	Repräsentanten	55



Kapitel 2

ORGANISATION	57	
Fall 2.1	Werbefotos – Umfang der Nutzungsrechte, Verletzerzuschlag und Fangprämie	58
Fall 2.2	Nichtautorisierte Verwendung meiner Konzepte durch Dritte	61
Fall 2.3	Haftungsrisiken bei Modelbuchungen.	63
Fall 2.4	Arbeitnehmer als Fotomodelle?	65
Fall 2.5	Fotowerbung mit Bildern eines Ex-Callgirls.	66
Fall 2.6	Erlaubte E-Mail-Werbung oder Spam?	67
Fall 2.7	Verlinkung von Webseiten und anderen Inhalten.	68
Fall 2.8	Übertragung des ausschließlichen Nutzungsrechts bei Fotos für privat?	71
Fall 2.9	Porträtfotos: Geldrückgabe bei Nichtgefallen?	73
Fall 2.10	Hochzeitsfotos: Herausgabe der Negative?	74
Fall 2.11	Sind Auftragsfotos frei durch den Fotografen nutzbar?	77
Fall 2.12	Rechnungstexte sind nicht Vertragsinhalt	79
Fall 2.13	Offene Forderungen/AGB.	81



Kapitel 3

REALISATION	85	
Fall 3.1	Fotografieren in Hotels	86
Fall 3.2	Fotografieren in der Mietwohnung	88
Fall 3.3	Fotos von Workshops	89
Fall 3.4	Aktaufnahmen in der Öffentlichkeit	91
Fall 3.5	Fotografieren in der Öffentlichkeit (Street-Photography) und bei geschlossenen Veranstaltungen.	92
Fall 3.6	Fotografieren bei geschlossenen Veranstaltungen: Konzertfotos ohne Akkreditierung.	96
Fall 3.7	Fotos bei öffentlichen Modenschauen, Geldentschädigung bei unzulässiger Nutzung	97
Fall 3.8	Fotografier-Verbote in Museen	99

Fall 3.9	Die »Panoramafreiheit«	101
Fall 3.10	Locationgebühr und Widerruf der Fotografierlaubnis	104
Fall 3.11	Recht am Bild von Sachen	105
Fall 3.12	Fotos von markenrechtlich geschützten Sachen und Zeichen	107
Fall 3.13	Fotos von urheberrechtlich geschützten Gegenständen, insbesondere Designobjekte	108
Fall 3.14	Nachstellen eines Fotomotivs	110
Fall 3.15	Entnahme von Ausschnitten einer anderen Fotografie	114
Fall 3.16	Photoshop: Digitale Schönheitsoperationen	115
Fall 3.17	Nichterscheinen des Modells zum Shooting.	117
Fall 3.18	Fotografieren unter Alkoholeinfluss	119
Fall 3.19	Doppelgänger und Haftung des Fotografen bei Umsetzung der Agenturideen	120
Fall 3.20	Fotos von Prominenten: Im Urlaub mit der Familie.	122
Fall 3.21	Fotos von Prominenten: Fotos mit berechtigtem öffentlichem Interesse	126

Kapitel 4

VERWERTUNG UND VERLETZUNG	129	
Fall 4.1	Auftragsfotos auch für Eigenwerbung nutzbar?	130
Fall 4.2	Aktivlegitimation	132
Fall 4.3	Nutzung von Fotos zu Illustrationszwecken in Prospekten und Katalogen	134
Fall 4.4	Ausstellungskataloge	135
Fall 4.5	Zweckübertragungstheorie bei Verlagserzeugnissen	136
Fall 4.6	Fotonutzung als Wanddekoration	138
Fall 4.7	Fotoklau – Unterlassung, Schadensersatz, Abmahnung	140
Fall 4.8	Fotoklau – von Kindern und Jugendlichen im Internet.	143
Fall 4.9	Schadensersatz: Verschulden eines Mitarbeiters.	144
Fall 4.10	Fotoklau: Bemessung des Schadensersatzes.	145
Fall 4.11	Nicht-hinnehbare Entstellung: bei geklauten und lizenzierten Fotos	148
Fall 4.12	Verantwortlichkeit bei Online- Urheberrechtsverletzungen	149
Fall 4.13	Schwere Persönlichkeitsrechtsverletzung durch Fotoveröffentlichung	151
Fall 4.14	Zitatrecht	153
Fall 4.15	Sinneswandel des Modells: Widerruf der Einwilligung, Anfechtung, gewandelte Überzeugung	156





Fall 4.16	Löschungsanspruch bei intimen Fotos nach Ende einer Beziehung?	159
Fall 4.17	Haftung bei Verlust von eingesandten Dias, Negativen und Fotografien	160
Fall 4.18	Öffentliche Zugänglichmachung bei bloßer Verlinkung?	162
Fall 4.19	Urhebernachweis bei digitalen Fotos	163
Fall 4.20	Verwendung »verwaister« Fotos: Orphan Works	165
Fall 4.21	Vertragsstrafenbewehrte Unterlassungsverpflichtungserklärung	167
Fall 4.22	Besuch beim Anwalt	168

Anhang A

URHG – DAS URHEBERRECHTSGESETZ	171
Teil 1: Urheberrecht	172
Teil 2: Verwandte Schutzrechte	197
Teil 3: Besondere Bestimmungen für Filme	199
Teil 4: Gemeinsame Bestimmungen für Urheberrecht und verwandte Schutzrechte	201
Teil 5: Anwendungsbereich, Übergangs- und Schlussbestimmungen	210

Anhang B

KUG – GESETZ BETREFFEND DAS URHEBERRECHT AN WERKEN DER BILDENDEN KÜNSTE UND DER PHOTOGRAPHIE	211
--	-----

Anhang C

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	215
---------------------------------	-----

Anhang D

MODEL-RELEASE UND PROPERTY-RELEASE	217
Model-Release für ein Pay Shooting (Fotograf bezahlt Modell)	218
Model-Release für ein TfP-Shooting (»Time for Prints« oder »Time for Pictures«)	222
Property-Release für Räumlichkeiten (unentgeltliche Nutzung)	224
INDEX	225



KAPITEL 1

Grundlagen

Fall 1.1	Entstehen des Urheberrechtsschutzes, fehlende Urheberbezeichnung bei Veröffentlichung, Schutzdauer und Vererbung	18
Fall 1.2	Lichtbildwerke und Lichtbilder	21
Fall 1.3	Miturheberschaft	22
Fall 1.4	Von Meistern und Künstlern	24
Fall 1.5	Werbefotografie und Abgaben an die Künstlersozialkasse	26
Fall 1.6	Haben Visagisten und Stylisten ein eigenes Urheberrecht?	28
Fall 1.7	Die wesentlichen Punkte in einem Modelvertrag	30
Fall 1.8	Nutzung der Fotos bei TFP-Shootings	32
Fall 1.9	Fotomodelle und Modelagenturen	34
Fall 1.10	Falsche Angaben auf der Model-Sedcard.	35
Fall 1.11	Tätowierte Models	36
Fall 1.12	Aktfotos von Minderjährigen strafbar?	37
Fall 1.13	Erkennbarkeit der abgebildeten Person	41
Fall 1.14	Fotomontagen	42
Fall 1.15	Bildmanipulation bei Politiker-Porträts: Satire?	45
Fall 1.16	Gefahren der Gefälligkeitsfotografie: Schwarzarbeit?	46
Fall 1.17	Altersbeschränkung bei Erotikfotos im Internet?	48
Fall 1.18	Impressum auf der Internetseite und bei Facebook	50
Fall 1.19	Disclaimer bei Internetseiten.	52
Fall 1.20	Ist die Veröffentlichung eines Fotos im Internet oder auf DVD eine eigenständige Nutzung?	52
Fall 1.21	Verfallsdatum von Gutscheinen	54
Fall 1.22	Repräsentanten	55

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 URHEBERRECHTS- SCHUTZES, FEHLENDE URHEBER- BEZEICHNUNG 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 Design (früher: Geschmacksmuster) nimmt eine Zwitterstellung ein. Einerseits entsteht es auch erst durch Registrierung; andererseits kann der so geschützte

Gegenstand auch für sich genommen urheberrechtsfähig sein, sodass es der Registrierung nicht bedarf. Der Bundesgerichtshof hat sich hierzu in der viel beachteten Geburtstagszug-Entscheidung (ZUM 2014, 225) aktuell dahin gehend geäußert, dass Gebrauchsgegenstände, die der angewandten Kunst zuzuordnen sind, dem Urheberrechtsschutz leichter unterfallen können, als dies nach bisheriger Rechtsprechung der Fall war. Darüber hinaus gibt es sogar ein nicht eingetragenes Europäisches Geschmacksmuster.

Wird das Werk von einem Dritten verwendet, so hat der Urheber Anspruch darauf, dass eine Urheberbezeichnung an dem Werk 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 ein Nutzungsrecht eingeräumt wurde, das Werk ohne Nennung der Urheberschaft des Fotografen zu verwenden.

Gelegentlich entsteht aber Streit darüber, ob der Fotograf mit der Einräumung von Nutzungsrechten 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 jedoch kann hiervon grundsätzlich nicht ausgegangen werden. Solche Regeln gibt es nicht. Eine den gesetzlichen Bestimmungen klar zuwiderlaufende Verkehrssitte ist nichts anderes als eine rechtlich unbeachtliche Unsitte (LG München ZUM 1995, 57). Auch durch allgemeine Geschäftsbedingungen kann auf das Recht auf die Benennung des Urhebers nicht verzichtet werden.

Das Landgericht München hat sich auch zur Praxis der Verlage geäußert, die Fotografen ohne eindeutige Zuordnung zu den veröffentlichten Fotografien 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 bei der Verwendung von Fotografien in Werbeanzeigen kann der Fotograf auf die Anerkennung als Urheber bestehen. 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 zureichend nennen, können keine für alle verbindliche Branchenüblichkeit herstellen. Indes: Häufig werden Fotografen auf die Benennung verzichten, weil die Entlohnung entsprechend hoch ist.

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). 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 (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 Honorarempfehlungen der Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing (MFM) 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 gewähren wäre? Der Fotograf wird sich an dem ursprünglich Vereinbarten festhalten lassen müssen. Das gilt auch dann, wenn er seine Fotografien bei einem Billiganbieter gelistet hat. Vor diesem Hintergrund kann nicht empfohlen werden, den Versuch zu unternehmen, auf diesem Wege ein paar Cent dazuzuverdienen. Wie stets kommt es aber auch hier auf den jeweiligen 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. 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 anderes 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 Nut-

zer dagegen ist der Auffassung, dass es sich nur um ein einfaches Lichtbild handele und er das Bild rechtmäßig für zum Beispiel seine Werbung verwende, dazu verändere und natürlich den Urheber nicht benenne. 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 mit der 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 nach dem Erscheinen.

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 Rdnr 117; Schricker/Loewenheim, Urheberrecht, 3. Aufl. 2006, § 2 Rdnr

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 aaO m. w. Nachw.). Erfasst ist auch die »kleine Münze« (Schricker/Loewenheim, Urheberrecht, 3. Aufl. 2006, § 2 Rdnr 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 Rdnr 179). Dabei zeichnen sich Lichtbildwerke zum Beispiel dadurch aus, dass sie über die gegenständliche Abbildung hinaus eine Stimmung besonders gut einfangen (Schricker/Loewenheim aaO; 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, wie oben schon erwähnt, 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, sodass 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. 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, nach der sich die Miturheber die Erträge nach Köpfen (sodass jeder den gleichen Anteil bekommt) teilen.

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 urheberrechtlich fähigen 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 für Miturheberschaft finden sich bei PC-Programmen, wissenschaftlichen Aufsätzen und Melodien.

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 Modells zur Entstehung gebracht. Auch der Stylist mag ein Bild oder Setting 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, wenn keiner beweisen könnte, dass dieses oder jenes Bild von ihm geschaffen wurde, dann könnte das Bild gar nicht verwendet werden. Die vertragliche Vereinbarung muss dabei kein ausgeklügeltes Ver-

tragswerk sein. Schon das Zusammenarbeiten beinhaltet, wenn beide auf den Auslöser der Kamera drücken, das schlüssige Einräumen entsprechender Nutzungsrechte an den jeweils anderen Fotografien. 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, sodass dieser nur mit Einwilligung des Urhebers die neu geschaffenen (bearbeiteten oder umgestalteten) Werke veröffentlichen oder verwerten darf. Er schafft 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 (sogenannte »Inländerdiskriminierung«).

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

Diese Frage wird in der Tat heute weitaus liberaler beurteilt als noch vor einigen Jahren, als etwa das OLG München (GRUR 1993, 484) Personen- und Werbefotos nur von Fotografenmeistern erstellt sehen wollte. 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 Kreisen 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 jemandem, 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. Mein Buch »Beruf Fotograf – Ein Leitfaden für angehende Berufsfotografen für einen erfolgreichen Start« soll allen, die mit der Fotografie Geld verdienen möchten, dann bei den Fragestellungen helfen, die organisatorischer und steuerrechtlicher Natur sind. Dort finden Sie zudem Tipps zur Positionierung, Auftragsabwicklung, Datensicherung, zu erforderlichen Behördengängen oder zur Honorarkalkulation.

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 oder Bildverwerter 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 Abgabesatz unterliegt Änderungen; er beträgt im Jahr 2015 5,2%; 2013 waren es noch 4,1%.

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. Das Bundessozialgericht (ZUM-RD 2010, 309) hat für die Tätigkeit von Dieter Bohlen als Juror in der Sendung »Deutschland sucht den Superstar« entschieden: »Die Vergütung von Juroren für ihre Mitwirkung an TV-Castingshows unterliegt der Künstlersozialabgabe, wenn ihre Beiträge nach dem Sendekonzept selbst zur Unterhaltung beitragen sollen.« Das kann dazu führen, dass jedenfalls Honorare für »aktive« Modelle wie Dita van Teese der Abgabepflicht unterliegen. Bei Fotoassistenten und Fotomodellen sowie Setbauern geht die Künstlersozialkasse einstweilen davon aus, dass dieser Personenkreis nicht als Künstler einzustufen ist. Indes: Wenn ein Verlag ein Fotostudio mit der Erstellung von Fotografien für ein Buch beauftragt und die Rechnung des Fotostudios neben dem Honorar auch die Kosten für u.a. Fotomaterial, Requisiten, Verpflegung für Modelle und deren Honorar sowie das für die Stylisten ausweist, so unterliegt der gesamte Netto-Rechnungsbetrag der Künstlersozialabgabe. Hier kann es sich anbieten, dass Models und Stylisten eigene Rechnungen an das beauftragende Unternehmen schreiben.

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 2015 5,2%. Da auch der Einsatz von Visagisten oder Foodstylisten eine KSK-Abgabe nach sich zieht, sollten alle Fotografen, die Visagisten einsetzen, eine entsprechende Rücklage bilden. Oder sie sollten darauf achten, dass die Geringfügigkeitsgrenze (die bei 450 € liegt und sich auf die Summe der in einem Kalenderjahr an Visagisten oder Stylisten gezahlten Honorare bezieht, § 24 Abs. 3 KSVG), ab der eine Abgabe an die Künstlersozialkasse fällig wird, nicht überschritten wird. Dies wird allerdings bei Berufsfotografen mit entsprechender Auftragslage und regelmäßigen Werbefotoshootings unter Einsatz von Visagisten oder Stylisten kaum möglich sein.

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 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 auch falsch: In aller Regel haben der Fotograf oder die abgebildete Person klare eigene Vorstellungen darü-

ber, 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 problematisch, wenn auch die Gerichtssäle nicht mit streitbaren Visagisten und Stylisten gefüllt sind. 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 zurückgeschlagen: Nur selten wird ein Make-up den Anforderungen genügen, die an ein urheberrechtlich geschütztes Werk zu stellen sind. 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, andernfalls kann es zu einem teuren Rechtsstreit vor Gericht kommen, in dem gegebenenfalls erst per Gutachten, das ohne Weiteres einen vierstelligen Betrag kosten wird, 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?

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.



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: Bisher geschah dies meist ohne Beschränkung in zeitlicher, räumlicher oder inhaltlicher Nutzung und ohne Beschränkung auf ein Medium (also zum Beispiel Print und Internet). So lange das Model nicht an jeder Nutzung gesondert beteiligt und so über die konkrete Nutzung informiert wird, wird man das heute enger sehen müssen und Verträge besser so gestalten, dass die Nutzungen konkret benannt werden, weil die Klausel, jedenfalls soweit der Vertrag standardmäßig verwendet wird (als allgemeine Geschäftsbedingungen), ansonsten gegen § 307 BGB verstoßen könnte. Diese Vorschrift bestimmt, dass AGB-Klauseln nicht unangemessen benachteiligen dürfen. Es kann argumentiert werden, dass dies bei der Verwendung einer solchen Klausel der Fall ist. Rechtsprechung hierzu gibt es aber, soweit ersichtlich, derzeit noch nicht.
3. Recht des Fotografen, die Bilder beliebig (vor allem auch digital) zu verändern, ohne die Persönlichkeitsrechte des Models zu beeinträchtigen
4. Recht des Fotografen, den Namen des Models zu verwenden, oder die Verpflichtung, die Verwendung zu unterlassen bzw. einen Künstlernamen zu verwenden
5. Höhe des Honorars, ggf. 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 das erlaubt sein soll, dann muss geklärt werden, wie weit die Nutzung gehen darf. Etwa zur Eigenwerbung im Model-Book, eigener Internetseite oder in einem Profil wie zum Beispiel bei der Model-Kartei oder bei Facebook, aber auch, ob das Model die Bilder an Dritte weitergeben darf (z.B. Modelagenturen).
7. Der Hinweis, dass das Model ein Exemplar des Vertrages erhalten hat
8. Der Hinweis, dass mündliche Nebenabreden nicht getroffen wurden und Vertragsänderungen der Schriftform bedürfen

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

Viele, dann meist 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 Fotogra-

fen und des Fotomodells oder eine Einstellung in ein Profil in einer Forenseite, wie zum Beispiel bei der Model-Kartei oder auch bei Facebook.



Eine darüber hinausgehende Nutzung ist regelmäßig nicht vereinbart; dann ist es dem Fotografen auch nicht gestattet, die Fotografien gewerblich einzusetzen, also etwa kostenpflichtige Lizenzen daran zu erteilen. Allerdings 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. Wie im Fall 1.7 bereits dargelegt, bestehen hier aber Bedenken: Die Klausel kann unwirksam sein, weil das Model unangemessen benachteiligt wird. Soweit ersichtlich, gibt es aber noch keine Gerichtsentcheidung, die sich mit der Wirksamkeit eines solchen Vertrages befasst.

Wie in allen rechtlichen Angelegenheiten gilt aber auch hier, dass eine schriftliche Vereinbarung Sicherheit bieten wird. 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, der Model-Kartei oder bei Facebook 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.

Abbildung 1.2

Die üblichste Form des TFP-Shootings gibt sowohl dem Fotografen als auch dem Model die Möglichkeit, die entstandenen Fotografien für ihre jeweilige Eigenwerbung zu verwenden, ohne dass der anderen Partei ein Honorar hierfür gezahlt werden muss. Ein schriftliches MR sollte aber auch bei diesen nur scheinbar unkomplizierten TFP-Shootings aufgesetzt werden.

Fazit

»Time for Pictures«, kurz TFP, bedeutet, dass Fotograf und Model ein gemeinsames Shooting absolvieren, um zu üben. Um aber zukünftige Streitigkeiten auszuschließen, sollte ein schriftlicher Vertrag abgeschlossen werden, in dem genau definiert wird, in welcher Form die Ergebnisse des Fotoshootings verwendet werden dürfen, beispielsweise als Eigenwerbung von Fotograf und Model auf der jeweiligen Internetseite. Verträge, die einseitig eine Vertragspartei unangemessen begünstigen, sollten nicht abgeschlossen werden, denn im schlimmsten Fall könnten sie gegen das Recht der allgemeinen Geschäftsbedingungen oder gar gegen die guten Sitten verstoßen und damit nichtig sein.

FALL 1.9

FOTOMODELLE UND MODELAGENTUREN

Nachwuchsfotomodelle fragen mich immer wieder, welche Modelagentur ich empfehle. Meistens sage ich, dass sie sich bei mehreren unterschiedlichen Modelagenturen bewerben sollen, damit sie beispielsweise, sofern sie aufgenommen werden, für Agenturen in München, Hamburg, Düsseldorf und Berlin tätig sein können.

- ▶ Viele Modelagenturen verbieten den in vertragsrechtlichen Dingen meist unerfahrenen Models, gleichzeitig bei mehreren Agenturen tätig zu sein, dass sie also exklusiv nur von der einen Agentur vermittelt werden. Ist das zulässig?
- ▶ Viele Agenturen nehmen sehr hohe Provisionen, die letztlich der Fotograf bzw. Auftraggeber tragen muss. Was ist hier erlaubt?

Tatsächlich glauben viele Fotomodelle, die mit einem Agenturvertrag an eine Modelagentur gebunden werden, dass sie anderweitig nicht tätig werden dürfen. Das hat für die Agentur den unschätzbaren Vorteil, dass die Models nicht zu einem günstigeren Honorar über eine Konkurrenzagentur Jobs annehmen. Man hat sie regelrecht in der Hand. Die Agentur erhält auf diese Weise auch die gesamte Provision. Wird ein Model aber selten oder gar nicht gebucht, hat es das Nachsehen. Genau aus diesem Grunde ist eine solche Vereinbarung, der Exklusivvertrag, auch unwirksam.

Modelagenturen dürfen auch nur bestimmte Provisionen verlangen, die in der Realität allerdings häufig stark überschritten werden. Üblich sind bis zu 30 Prozent Vermittlungsprovision. Die weitgehend unbekanntere Vermittlervergütungsverordnung (VVO) bestimmt jedoch, dass regelmäßig nur 14 bis 18 Prozent des Modelhonorars als Provision einschließlich Umsatzsteuer einbehalten werden dürfen. Das Landgericht Düsseldorf hat mit Urteil vom 30. Oktober 2008 (ZUM 2009, 660) entschieden, dass auf Vermittlungsverträge, solche also, die typischerweise von Models mit Modelagenturen

abgeschlossen werden, die VVO Anwendung findet und die genannten Begrenzungen einzuhalten seien. Alles andere ist unzulässig und den Fotomodellen stehen Rückzahlungsansprüche zu. Letztlich betrifft dies aber nur das Verhältnis Model-Agentur und hat nichts mit dem Fotografen zu tun.

Das Model hat daher die Wahl, ob es sich an die unwirksame Exklusivitätsabrede halten will oder nicht. Verdient es gut und reist in der Welt herum, mag es sogar sehr sinnvoll sein, sich nur über eine Agentur buchen zu lassen. Wenn das Model wechseln will, kann es das einfach tun; Kündigungsfristen sind nicht einzuhalten.

Es gibt auch Managementverträge, in denen abweichende Vergütungsregelungen getroffen werden können. In solchen ist auch eine Exklusivität möglich. Es kommt dann darauf an, wie der Vertrag gelebt wird. Ein Manager, dessen Tätigkeit sich darin erschöpft, das Model gelegentlich zu vermitteln, ist in Wahrheit ein Agent; der Vertrag ist als Agenturvertrag anzusehen, egal, was darin vereinbart ist. Gegebenenfalls sei dem Model geraten, Rechtsrat einzuholen.

Fazit

Fotomodelle dürfen sich von mehreren Modelagenturen gleichzeitig vertreten lassen. Trotzdem kann es für ein begehrtes Model sinnvoll sein, nur exklusiv von einer einzigen Agentur vertreten zu werden, beispielsweise um Terminkollisionen zu vermeiden.

FALL 1.10 FALSCHEN ANGABEN AUF DER MODEL-SEDGARD

Um die Chancen bei der Auftragsvergabe zu erhöhen, nehmen die meisten Fotomodelle es mit der Ehrlichkeit nicht allzu genau: So werden die Geburtsdaten gefälscht, wenn bei der Ausschreibung jüngere Models gesucht werden, oder die Körpergröße wird bei der Bewerbung mal eben um drei oder vier Zentimeter (manchmal aber auch ganz dreist bis zu zehn Zentimeter!) nach oben »den Erfordernissen angepasst«. Nicht immer ist es leider möglich, ein Casting im Vorfeld der Aufnahmen durchzuführen, weshalb solche Schwindeleien bis zum Tage des Fotoshootings unentdeckt bleiben. Kommt das Model dann aber zum Set und es ist sichtbar älter oder kleiner als angegeben, ist der Ärger groß, zumindest dann, wenn der Kunde aus bestimmten Gründen Wert auf ein dem Alter entsprechendes Aussehen oder eine bestimmte Körpergröße gelegt hat.

- Kann ich vom Model Schadensersatz verlangen, wenn die Angaben bei der Bewerbung deutlich von den tatsächlichen Werten abweichen?

- ▶ Wie sieht es aus, wenn zwar Alter und Körpergröße stimmen, das Model aber einen Tag vorher sich die Haare hat umfärben lassen, nun also beispielsweise blond anstatt dunkelhaarig ist, der Kunde aber unbedingt ein dunkelhaariges Model für die Werbeaufnahmen haben wollte?

Gegen gewisse Flunkereien auf Sedcards wird man kaum etwas machen können, zumal das – allen voran Größe und ggf. Gewicht – jedem Fotografen auch bekannt ist. Man rechnet schlicht damit. Trotzdem: Ist der Fotograf zwingend auf bestimmte Eigenschaften angewiesen – etwa Figur, Haarfarbe oder Schnitt –, kann er sich diese Eigenschaften ausdrücklich zusichern lassen. Angaben auf einer Sedcard (»blond«) dürften eine solche Zusicherung darstellen. Bei künstlerischen Aufnahmen zählt in aller Regel schlicht das Aussehen, das der Fotograf durch die Fotografien kennt, und die Ausstrahlung, die sich sowieso nicht zusichern lässt.

Das Landgericht München (LG München Az. 7 O 686/05) hat am 6. März 2008 gegen einen Juwelier entschieden, der zwei Models nicht bezahlen wollte. Das eine hatte Hautunreinheiten, das andere angeblich zu feines Haar. Bei dem einen erkannte das Gericht zwar eine Abweichung, diese sei dem Fotografen aber bekannt gewesen, bei dem anderen Model sei nicht einmal versucht worden, mitgebrachte Haarteile zu verwenden. In diesen Fällen kommt es sehr auf den Einzelfall an. Umstände, die die Schadenersatzpflicht beeinflussen, sind die Kenntnisse beider Parteien von dem, was sie zu erwarten haben. Konnte das Model nicht damit rechnen, dass zum Beispiel Locationmiete bezahlt wurde und ein Team von Fotoassistenten auf Entlohnung wartet, ist ihm das nicht ohne Weiteres zuzurechnen.

Leider ist gegenüber dem kompletten Nichterscheinen die Beweislage bei abweichenden körperlichen Merkmalen aber komplizierter: Wenn das Model, wie im Beispiel, sich nicht gerade um zehn Zentimeter verschätzt hat, sondern nur um wenige, kann natürlich wirklich einmal Streit darüber entstehen, ob das Model nun 173 oder 176 cm groß ist. Dies kann, um es zu wiederholen, durch Zusicherungen weitestgehend vermieden werden.

Fazit

Ist der Fotograf zwingend auf bestimmte Eigenschaften des Fotomodells angewiesen – etwa Körpergröße, Haarfarbe oder Alter –, dann sollte sich der das Model buchende Fotograf diese Eigenschaften vorher vom Model ausdrücklich zusichern lassen.

FALL 1.11 TÄTOWIERTE MODELS

Vor Kurzem habe ich ein junges Paar für ein freies künstlerisches Projekt fotografiert. Beide waren über und über mit auffälligen, künst-

lerisch sehr hochwertigen Tätowierungen regelrecht übersät. Das ist zwar Geschmackssache, bei den beiden sah es aber sehr gut aus.

- ▶ Darf ich die Bilder der beiden Modelle mit den deutlich sichtbaren Arbeiten des Tätowierkünstlers überhaupt verwenden?
- ▶ Wie sieht es aus, wenn ich nur Ausschnitte verwenden will – etwa einen Rücken, der eine Golgatha-Szene zeigt?

Die Fragestellung hört sich zunächst geradezu lustig an; allerdings gibt es hierzu bereits Rechtsstreitigkeiten, jedenfalls in den USA. Mir ist ein solcher Fall allerdings noch nicht vorgekommen. Voranzustellen ist jedenfalls, dass eine aufwendige Tätowierung durchaus ein Werk der bildenden Kunst darstellen kann, § 2 Abs. 1 Nr. 4 UrhG. Damit stehen zunächst dem Urheber alle Verwertungsrechte zu, § 15 UrhG. Dadurch, dass der Tätowierer die Arbeit allerdings auf einem fremden Körper erstellt hat, hat er der betreffenden Person konkludent umfängliche Nutzungsrechte eingeräumt. Es wäre aberwitzig, wollte man dem tätowierten Modell etwa verbieten, sich halb nackt bei Facebook zu zeigen mit der Begründung, das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung des Bildes, § 19a UrhG, sei nicht übertragen worden. Anders kann es dann aussehen, wenn das Bild losgelöst von der ehemaligen Person allein genutzt werden soll; etwa als Ausschnitt. Im Übrigen aber kann die abgebildete Person meiner Auffassung nach machen, was sie will; jedenfalls nicht erforderlich ist es danach, dass der Fotograf sich auch noch eine Einwilligung des Tätowierers einholt.

Fazit

Besondere urheberrechtliche Anforderungen bei der Verwendung von Fotos von tätowierten Models bestehen jedenfalls dann nicht, wenn der Körper des Models gezeigt wird. Nur dann, wenn ausschließlich die Tätowierung außerhalb eines künstlerischen Kontextes gezeigt werden soll und die Tätowierung überhaupt ein Werk der bildenden Kunst darstellt, sollte die Einwilligung des Tätowierers eingeholt werden.

FALL 1.12 AKTFOTOS VON MINDERJÄHRIGEN STRAFBAR?

Manchmal wenden sich auch Minderjährige an mich, um fotografiert zu werden, oder ich entdecke in einem Modelforum ein Model, das mich wegen seiner Ausstrahlung besonders anspricht, aber noch nicht 18 Jahre alt ist.

- ▶ Darf ich künstlerische, vielleicht sogar auch erotische Aktfotografien von Minderjährigen überhaupt anfertigen?

- ▶ Benötige ich eine Erlaubnis der Eltern oder reicht es, wenn das Model alt genug, also einsichtsfähig ist?
- ▶ Wie sieht es aus, wenn ich die von Minderjährigen erstellten Fotos auch kommerziell (beispielsweise für Bildbände, Kalender oder auch für Werbung etc.) nutzen möchte?

Die Zeiten ändern sich. Auch das deutsche Recht wird mehr und mehr amerikanisiert insoweit, als das, was früher gang und gäbe war, heute einen Aufschrei des Entsetzens begründet. Bei Abfassung des Manuskripts der ersten Auflage dieses Buches ging es gerade um die Frage, ob das Cover der ersten LP der Rockband Scorpions, »Virgin Killer« indiziert, ja verboten werden müsse. Die Band selbst hat das Bild von seiner Internetseite genommen, die Bundesprüfstelle und andere Organisationen machen sich öffentlich bemerkbar. Worum geht es? Das Cover zeigt ein etwa zwölf Jahre altes Mädchen nackt. Bis 2008 war – natürlich zu Recht – allein die Kinderpornografie (genauer: Herstellung, Vertrieb, Besitz von Schriften, die den sexuellen Missbrauch von Kindern, das heißt Personen unter 14 Jahren, zeigt) verboten.

Heute – seit Ende Januar 2015 – sind verschiedene Nutzungsarten von Aufnahmen, die sexuelle Handlungen (also weitaus weniger als den sexuellen Missbrauch) oder sogar nur bestimmte Körperhaltungen von Personen bis 18 Jahren zeigen, verboten. Das nennt sich dann eine »jugendpornografische Schrift«; strafbar gemäß § 184c Abs. 1 Nr. 3 StGB.

Im Bereich der Kinderpornografie verboten sind – soweit im Bereich der Fotografie relevant – die Wiedergabe eines ganz oder teilweise unbedeckten Kindes in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung oder die sexuell aufreizende Wiedergabe der unbedeckten Genitalien oder des unbedeckten Gesäßes eines Kindes. Das ist schlimmer, als es klingt, weil jedenfalls die Behörden und allen voran die der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) untergeordnete Gruppierung *jugendschutz.net* eine solche unnatürlich geschlechtsbetonte Körperhaltung bereits bei den harmlosesten Alltagssituationen angenommen hat. Künftig bestünde also die Gefahr, es gleichsam mit Kinderpornografie zu tun zu haben, wobei zu hoffen ist, dass die Staatsanwaltschaften und Gerichte hier etwas weniger emotional herangehen.

Im Bereich der sogenannten Jugendpornografie ist im Bereich der Fotografie relevant die Begehungsform der Wiedergabe einer ganz oder teilweise unbedeckten 14, aber noch nicht 18 Jahre alten Person in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung.

Damit gilt, dass die auch nur halbwegs erotische Darstellung einer nackten oder auch nur halbnackten minderjährigen Person, die – etwa mit 16 oder 17 – weit davon entfernt ist, ein »Kind« zu sein, geradewegs zum Strafgericht führen kann. In beiden relevanten Vorschriften (§§ 184b, 184c StGB) tritt zwar hinzu, dass die Darstellung »pornografisch« sein muss. Es gilt hier

aber nach jüngster, von der Rechtswissenschaft kritisch konnotierter Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes ein anderer als der gemeinhin bekannte Pornografiebegriff. In den Fällen der Kinder- und Jugendpornografie dient das Merkmal »pornografische Schrift« nur noch als Hinweis, dass die Darstellung irgendwie sexualisiert sein muss; mit »Porno« im herkömmlichen Sinne hat das nichts zu tun.

Doch es geht weiter. Gem. § 201a Abs. 3 StGB macht sich seit Ende Januar 2015 auch strafbar, wer eine Bildaufnahme, die die Nacktheit einer anderen Person unter 18 Jahren zum Gegenstand hat, herstellt oder anbietet, um sie einer dritten Person gegen Entgelt zu verschaffen (also zu verkaufen oder einen Online-Zugang zu gewähren), oder wer sich oder einer dritten Person eine solche Aufnahme gegen Entgelt verschafft. Hiermit soll jeder Kommerzialisierung von nackten Kindern und Jugendlichen entgegengewirkt werden; als Regulans findet sich in § 201a Abs. 4 StGB nur die Einschränkung, dass Handlungen nach Abs. 3 nicht strafbar sind, die in Wahrnehmung überwiegender berechtigter Interessen erfolgen, namentlich der Kunst oder der Wissenschaft, der Forschung oder der Lehre, der Berichterstattung über Vorgänge des Zeitgeschehens oder der Geschichte oder ähnlichen Zwecken dienen. Die Vorschrift dürfte verfassungswidrig sein, weil sie einen sogenannten *chilling effect* ausübt, das heißt das Grundrecht auf freie Entfaltung der Persönlichkeit (Art. 2 GG) und die Meinungs- und Kunstfreiheit (Art. 5 GG) werden zwar eigentlich nicht eingeschränkt, aber die Betroffenen – Fotografen, Modelle, ggf. Eltern, Galeristen, Verlage, aber auch Drucker – werden eine so große Sorge haben, etwas falsch zu machen, dass die Grundrechtsausübung »eingefroren« wird. Erlaubt ist danach scheinbar zwar noch die Anfertigung eines Aktbildes, aber die Gefahr, versehentlich Kinderpornografie herzustellen, besteht, sobald irgendjemand vermeint, eine unnatürlich geschlechtsbetonte Körperhaltung erkannt zu haben. Nach der Entscheidungspraxis der erwähnten Gruppierung *jugendschutz.net* wird auch kein Unterschied zwischen einer 7- oder einer Siebzehnjährigen gemacht. Zwar ist damit die Verwertung künstlerischer Aktaufnahmen von Jugendlichen in einem Bildband oder einem Kalender noch zulässig. Es ist aber noch nicht abzusehen, ob und inwieweit Behörden oder selbst ernannte Jugendschützer dies zum Anlass nehmen werden, darauf zu reagieren.

Erlaubt sind neben künstlerischen Aufnahmen natürlich auch Familienaufnahmen vom Strandurlaub. Grundsätzlich dürfen Aktfotografien von Minderjährigen auch ohne eine Zustimmung der Eltern angefertigt werden, denn das Sich-fotografieren-Lassen ist zunächst einmal kein rechtlich greifbarer Vorgang. Dass das Erlaubte aber keinesfalls das Sinnvolle oder moralisch Richtige sein muss, liegt auf der Hand. Eine vertragliche Bindung allerdings bedarf bei einem minderjährigen Model der Erlaubnis der Eltern, die also gerade für die Verwertung der Fotografien, in welcher Form auch immer sie geschehen soll, eingeholt werden muss, § 107 BGB. Ausreichend ist nach meiner Auffassung die Einwilligung eines Elternteils; außerdem sei dar-

auf hingewiesen, dass – natürlich – auch die Einwilligung des Minderjährigen erforderlich ist (BGH GRUR 2005, 74 – Charlotte Casiraghi II; BGH GRUR 1975, 561 – Nacktaufnahme). Wenn sich die Eltern und der Minderjährige mit der Nutzung der Fotografien einverstanden erklärt haben, kann der Minderjährige bei Erlangung der Volljährigkeit keine besonderen Rechte geltend machen, also etwa die Einwilligung widerrufen.

1975 hat der Bundesgerichtshof (BGH GRUR 1975, 561 – Nacktaufnahme) eine »fortschreitende Jugendemanzipation« erkannt; dieser hat die Politik nun eine gründliche Absage erteilt. Auch die neuen Gesetze würden Jugendliche nicht etwa schutzlos dastehen, da es unter dem Gesichtspunkt zum Beispiel der sexuellen Nötigung (§ 177 StGB) stets verboten ist, von einer Person, die das nicht will, irgendwelche Aktfotografien herzustellen oder zu vermarkten.

Fazit

Aktfotografien von Minderjährigen dürfen mit deren Einwilligung auch ohne Erlaubnis der Eltern angefertigt werden. Sobald es aber um die Verbreitung und kommerzielle Nutzung geht, muss die Erlaubnis der Eltern (und natürlich auch des Modells) eingeholt werden. Haben sich Eltern und minderjähriges Modell erst einmal mit der Verwendung der Fotos einverstanden erklärt, kann das Modell, wenn es dann volljährig geworden ist, diese Einwilligung nicht mehr widerrufen. Eine Strafbarkeit kann bestehen, wenn der Betrachter eines erotischen oder gar pornografischen Bildes davon ausgehen muss, dass das Modell vom Aussehen her zum Zeitpunkt der Aufnahme minderjährig war, unabhängig vom tatsächlichen Alter. Aufgrund neuester Gesetzgebung im Januar 2015 sind nunmehr Erotikaufnahmen von Modellen, die das 18. Lebensjahr noch nicht erreicht haben, zumindest als Wagnis anzusehen. Begriffe wie »unnatürlich geschlechtsbetonte Körperhaltung« und »ganz oder teilweise unbekleidet« usw. machen die Rechtslage für Laien (und Juristen!) nicht durchschaubarer; im Gegenteil: Aufgrund eines überhastet durchgeführten Gesetzgebungsverfahrens sind nunmehr auch Künstler in ihrem Schaffen bedroht, deren Werke rein gar nichts mit dem zu tun haben, wovon man minderjährige Modelle (also zum Beispiel auch 17-jährige) schützen will. Dass der Verkauf oder das Onlinestellen künstlerischer erotischer Fotografien auch von 17-jährigen – entsprechend rigoros ausgelegt – ebenfalls strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen kann, macht die rechtliche Lage der Fotografen noch schwieriger. Es ist außerdem zu befürchten, dass Künstler sich selbst einer Zensur unterwerfen werden. Damit sind die Folgen der Gesetzgebung viel weiter gehend, als vom Gesetzgeber vorgesehen. Ob die Rechtsprechung dieser Tendenz folgen wird, bleibt abzuwarten. Ärgerlich ist die sich ergebende Konsequenz aus dieser Regelungswut allemal – gerade für rein künstlerisch tätige Fotografen.

FALL 1.13

ERKENNBARKEIT DER ABGEBILDETEN PERSON

Ein Bekannter von mir, Profifotograf aus Berlin, hat vor einiger Zeit wohl ziemlich gewagte Aktaufnahmen von einem Model gemacht. Im Vertrag war allerdings nur die Rede davon, dass er Porträts und verdeckte Aufnahmen nutzen dürfe. Er möchte nun aber einige der freizügigen Bilder verwenden, allerdings ohne das Gesicht der Dame. Er ist der Auffassung, dass das Model ja nicht erkennbar sei, weshalb § 22 KUG nicht greife. Sie dagegen meint, darauf komme es gar nicht an. Hauptsache, sie wisse, dass sie die abgebildete Person sei.

- ▶ Wer hat recht?



Abbildung 1.3

Auch wenn das Gesicht des Models nicht erkannt werden kann, bedeutet dies nicht automatisch, dass der Fotograf beliebig die Fotos veröffentlichen darf. Das Recht der abgebildeten Person am eigenen Bild gilt auch für Fotos, auf denen beispielsweise nur Körperteile zu sehen sind.

Das Model hat recht. § 22 KUG bestimmt, dass Bildnisse (Personenabbildungen aller Art, also auch zum Beispiel Zeichnungen) nur mit Einwilligung der abgebildeten Person verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden dürfen. Die Vorschrift bezieht sich indes nur auf solche Bildnisse, auf denen der Abgebildete erkennbar ist. Dabei kommt es nicht auf das Verständnis des Durchschnittsbetrachters an (BVerfG NJW 2004, 3619). Es genügt die Wahrnehmung derjenigen, die den Betroffenen kennen und aus anderen Indizien heraus schließen können, um wen es sich handelt. Es genügt auch, dass der Betroffene Anlass zu glauben hat, er oder sie könne erkannt werden (BGH GRUR 1962, 211 – Hochzeitsbild). Das Amtsgericht München (ZUM 2013, 159) urteilte ergänzend, dass eine Persönlichkeitsrechtsverletzung auch vorliegen kann, wenn das Gesicht der abgebildeten Person verpixelt ist.

Bei einem nackten Körper ist dies allerdings nicht ohne Weiteres der Fall. Dennoch billigt die höchstrichterliche Rechtsprechung dem Model hier einen Unterlassungsanspruch zu: »Zu dem der Selbstbestimmung vorbehaltenen Persönlichkeitsbereich gehört auch die Entscheidung über die Veröffentlichung des eigenen Nacktbildes, und zwar unabhängig davon, ob es eine Identifizierung des Abgebildeten erlaubt oder nicht. Es ist in einem so starken Maße dem Intimbereich verbunden, dass seine Veröffentlichung auch dann, wenn die abgebildete Person nicht erkennbar ist, ihrer freien Selbstbestimmung unterliegt.

Die unbefugte Veröffentlichung des Bildes eines anderen stellt sich deshalb als Anmaßung einer Herrschaft über ein fremdes Persönlichkeitsgut dar. Hinzu kommt, dass der Betroffene stets mit der Möglichkeit einer Aufdeckung seiner Anonymität durch den Verletzer rechnen muss und damit dem Gefühl des Preisgebebens und der Abhängigkeit unterworfen ist. Die eigenmächtige Herbeiführung einer solchen Lage kann um der Menschenwürde und der freien, eigenverantwortlichen Persönlichkeitsentfaltung willen nicht gestattet sein.« Diese Worte des höchsten deutschen Zivilgerichts (BGH GRUR 1975, 561 – Nacktbild) sprechen für sich.

Fazit

Fotografen dürfen Fotos von Models nur so verwenden, wie das im Modelvertrag geregelt ist. Ist die Veröffentlichung von Aktaufnahmen nach dem Vertrag nicht gestattet, dürfen diese auch dann nicht verwendet werden, wenn das Model nicht erkennbar ist, etwa bei Bildausschnitten ohne Gesicht.

FALL 1.14 FOTOMONTAGEN

In vielen Model-Releases unterschreiben die Fotomodelle, dass sie sämtliche Rechte am Bild an den Fotografen übertragen, und zwar »uneingeschränkt und unwiderruflich«.

- ▶ Darf ich deshalb die Fotos für alle denkbaren Zwecke verwenden, auch Teile hieraus, beispielsweise für Fotomontagen?
- ▶ Wie sieht es aus, wenn ich den Kopf eines Modells, das üblicherweise niemals nackt posieren würde, auf den unbekleideten Körper eines anderen Modells setze? Verstoße ich damit gegen das Selbstbestimmungsrecht des Modells?



Hat ein Fotomodell für die Aufnahmen Geld erhalten, so gilt die Einwilligung zur Zurschaustellung und Verbreitung der Bildnisse im Zweifel als erteilt, § 22 KUG. Diese Einwilligung gilt allerdings nicht schrankenlos. Denn es ist nicht ausgeschlossen, dass das Fotomodell sich in der entsprechenden Anwendung des § 31 Abs. 5 UrhG, der Zweckübertragungsregel, deren Anwendbarkeit fast unumstritten ist, darauf beruft, dass die Fotografien für einen bestimmten Zweck angefertigt wurden und dass es dieser Zweck nicht umfasse, zum Beispiel Ausschnitte der Bildnisse zu verwenden oder sie in einen bestimmten, vom Model nicht gewünschten Kontext zu setzen.

Durch ein Model-Release hat der Fotograf die Möglichkeit, sich umfassende Rechte an den von ihm erstellten Fotomodell-Aufnahmen übertragen zu lassen, und er sollte dies auch stets – vor dem Shooting – tun, und zwar so ausführlich wie möglich. Denn sonst kann es später tatsächlich zu Schwie-

Abbildung 1.4

Eine Fotomontage, die dem hier abgebildeten Model sehr gefallen hatte. Doch die Möglichkeiten in Photoshop & Co. lassen auch Bearbeitungen zu, mit denen das Model nicht immer einverstanden ist. Sind Fotomontagen geplant, müssen neben dem MR auch die Persönlichkeitsrechte des Modells beachtet werden.

rigkeiten kommen, wenn eine bestimmte Nutzung vom Fotomodell nicht gewünscht wird.

Der Fotograf ist gut bedient, wenn er sich auch das Recht vorbehält, das Bildnis, also die Personenabbildung, in jeglicher Art zu verändern oder auch Teile hieraus zu verwenden. Die Grenze ist aber hier wie auch sonst das Persönlichkeitsrecht des Modells. Wenn dieses über die Maßen beeinträchtigt wird, ist die Änderung unzulässig. Ein Gericht wird hier die Kunst- und Vertragsfreiheit gegenüber dem Persönlichkeitsrecht abwägen, sodass die Entscheidung nicht immer leicht vorauszusagen ist. Dennoch dürfte klar sein, dass es untersagt ist, das Model lächerlich zu machen, so lange das nicht ausdrücklich im Vertrag steht. Das Oberlandesgericht Hamburg (ZUM 2013, 581) ging bereits in dem Fall von einer Verletzung des Rechts am eigenen Bild aus, in dem die abgebildete Person auf dem veröffentlichten Foto stärker geschminkt erscheint, als dies tatsächlich der Fall war. In der Sache ging es um einen auffälligen hellblauen Lidschatten auf Ober- und Unterlidern. Die Beklagte, ein Zeitschriftenverlag, hatte sich auf die durchaus erteilte Einwilligung in die Veröffentlichung der Fotografie berufen und gemeint, die am Foto vorgenommenen Helligkeits- und Farbanpassungen zur Veröffentlichung auf der Titelseite sei reproduktionstechnisch erforderlich und für den Aussagegehalt des Bildes unbedeutend gewesen. Sie berief sich außerdem auf die Pressefreiheit. Der Senat des Oberlandesgerichts war anderer Auffassung. Die Bildaussage sei nicht nur unbedeutend verändert worden. Indes: Wer glaubt denn noch, dass Fotografien die Realität wiedergeben? Dass Fotografien zunächst einmal Rohmaterial darstellen, das bearbeitet wird bzw. werden muss, mag man bedauern, im digitalen Zeitalter ist das aber nichts Ungewöhnliches. Anzumerken ist, dass die Klägerin, die zusammen mit ihrem Ehemann die Presse sehr häufig auf Unterlassung in Anspruch nimmt, im Rahmen einer Reportage fotografiert wurde. Es handelte sich also nicht um Modelfotografie.

Die als *Celebrity Fakes* bekannt gewordene Unart, Gesichter bekannter Persönlichkeiten, natürlich zumeist attraktiver Frauen, auf einen nackten Körper zu montieren und zu veröffentlichen, stellt eine schwere Beeinträchtigung des Persönlichkeitsrechts der abgebildeten Person dar. Jedenfalls dann, und das ist die Regel, wenn die Person sonst nicht nackt zu sehen ist, beinhaltet die Fotografie nicht nur einen Einbruch in die Intimsphäre der Person, sondern stellt gegenüber der Öffentlichkeit gleichsam dar, dass sich die Person eben doch nackt zur Schau stelle, was insbesondere deshalb verwerflich ist, weil in der Regel nicht gerade die diskretesten Aktfotografien für die *Celebrity Fakes* verwendet werden. Der Fotograf einer bekannten und überaus hübschen amerikanischen Tennisspielerin sah sich immer wieder damit konfrontiert, dass seinen gelungenen Porträtfotos der Sportlerin der Kopf entnommen und auf einen nackten Körper gepflanzt wurde. Dies stellt eine nicht hinnehmbare Beeinträchtigung auch der Urheberpersönlichkeitsrechte des Fotografen dar, weil seine Fotografien nur noch zum Objekt degradiert wer-

den und der Eindruck erweckt werden kann, er selbst habe die Fotomontage vorgenommen oder ein Aktfoto gemacht, wenn er tatsächlich nur ein Porträt erstellt hat. In manchen Fällen kann der Fotograf gemäß § 97 Abs. 2 UrhG eine billige Entschädigung in Geld verlangen.

Das Landgericht Berlin (LG Berlin AfP 2003, 250) hat entschieden, dass es auch im Rahmen einer Satire nicht erlaubt ist, den Kopf einer prominenten Person auf einen nackten Körper aufzupflanzen. Dies gilt nach Auffassung des Landgerichts selbst dann, wenn sich die abgebildete Person zuvor hat nackt fotografieren lassen.

Fazit

Auch wenn Fotografen die uneingeschränkten Rechte an den Fotografien vom Model eingeräumt bekommen (und auch das Recht, die Bildnisse zu verändern oder auch Teile hieraus zu verwenden), so bedeutet das nicht, dass sie nunmehr alles mit den Bildern machen dürfen. So ist es beispielsweise als (schwere) Persönlichkeitsrechtsverletzung anzusehen, wenn der Kopf mittels Bildbearbeitungsprogramm auf einen anderen nackten Körper gesetzt wird.

FALL 1.15 BILDMANIPULATION BEI POLITIKER- PORTRÄTS: SATIRE?

Der politisch engagierte Fotograf P hat mehrere öffentliche Wahlkampf-Auftritte verschiedener Kommunalpolitiker fotografisch mit seiner Kamera dokumentiert. Hierbei war es ihm möglich, auch sehr nah an die Politiker heranzukommen, weshalb seine Fotos nicht nur die Veranstaltung als Ganzes, sondern auch von der Umgebung herausgelöste Einzelporträts zeigen. Nun plant er die Veröffentlichung von etwa einem Dutzend dort entstandener Porträts. Um seine Missbilligung gegenüber der seiner Meinung nach »tierisch blödsinnigen« politischen Entscheidungen dieser Politiker in der Vergangenheit deutlich zu machen, verfremdet er die Porträts mittels Morphing mit den Köpfen von Schafen, Eseln, Kühen und anderen Tieren.

- ▶ Da die häufiger mit ihm arbeitende Tageszeitung TZ die Veröffentlichung dieser Serie ablehnt, stellt er die verfremdeten Fotos kurzerhand ins Internet. Darf er das? Ist dies Satire, und damit erlaubt?

Satire, so seinerzeit Kurt Tucholsky, darf alles. Seinerzeit, aber nicht mehr heute. Aber immerhin, satirische Darstellungen genießen auch nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts (BVerfG NJW 1987, 2661 – Konkret-Karikatur) einen besonders weiten Freiraum, da ihnen ja gerade wesenseigen ist, mit Verzerrungen und Verfremdungen zu arbeiten. Sogar abträgliche und grob verunstaltende Darstellungen sind zulässig, solange die

Grenze zur Schmähkritik nicht überschritten ist. Von einer solchen ist auszugehen, wenn nur noch die Herabsetzung des Gegners zählt und, der Satire aber wesenseigen, keine Auseinandersetzung in der Sache stattfindet.

Der Bundesgerichtshof (BGH ZUM 2007, 55) urteilte, dass eine prominente Persönlichkeit aus dem Bereich der Zeitgeschichte es zwar regelmäßig nicht dulden müsse, dass das eigene Bildnis von Dritten für Werbezwecke eingesetzt werde. Konkret ging es um den Fall des Autovermieters Sixt und Oskar Lafontaine. Doch finde, so das Gericht, auch hier eine Güterabwägung statt, die dazu führen könne, dass die Verwendung des fremden Bildnisses in einer Werbeanzeige, die sich satirisch mit einem aktuellen Tagesereignis auseinandersetzt, vom Betroffenen hingenommen werden müsse. Hier allerdings war das Bildnis Lafontaines nicht verändert, sondern durch Durchstreichen fast unkenntlich gemacht worden. Hierauf kann sich nicht berufen, wer keinem schutzwürdigen Informationsinteresse der Allgemeinheit nachkommt. Dieses fehlt, wenn die Anzeige ausschließlich den Geschäftsinteressen des mit der Abbildung werbenden Unternehmens dient (OLG Köln ZUM 2014, 416).

Damit ist noch nicht geklärt, ob der Fotograf die Politikerbildnisse auf Tierkörper setzen darf. Satire darf so einiges. Die Kritik des Fotografen am politischen Establishment wird sich zumindest an der Frage messen lassen müssen, um welche Kritik es konkret geht. Dass Politiker Schweine, Esel oder dumme Gänse sein können, ist fast jedem klar. Das schließt nicht aus, dass der Künstler es mit einem humorlosen politischen Zeitgenossen zu tun bekommen kann.

Fazit

Der Satire ist es wesenseigen, dass sie übertreibt, verfremdet, pointiert, Zusammenhänge aufzeigt etc. Deshalb ist es den Betroffenen in den meisten Fällen nicht recht, Zielscheibe beziehungsweise »Opfer« einer satirischen Darstellung zu sein. Doch ganz entziehen kann man sich der Satire nicht, grundsätzlich ist sie erlaubt. Ihre Grenzen findet sie aber, wenn sie zu bloßer Schmähkritik verkommt, die betreffende Person nur noch herabsetzt, ohne inhaltlich kritisch zu sein.

FALL 1.16 GEFAHREN DER GEFÄLLIGKEITS- FOTOGRAFIE: SCHWARZARBEIT?

Das passiert jedem, der eine Kamera festhalten kann: Aus dem Freundes- oder Verwandtenkreis kommt die Nachfrage, ob man nicht einmal eine Hochzeit oder ein anderes Ereignis fotografieren kann, damit die Bilder später an die Gäste versandt werden oder auf einer Homepage Platz finden können. Ich selbst wurde vom Vorstand des Fußballvereins meines

damals 5-jährigen Sohnes gefragt, ob ich nicht ein paar schöne Bilder – unentgeltlich – von einem Spiel für die Illustration der Homepage des Vereins schießen kann. Und auch einige Eltern der Mannschaftskameraden meines Sohnes baten mich um ein paar Fotos vom letzten Freundschaftsspiel. Jetzt habe ich Sorge, dass das Finanzamt irgendwann Ansprüche stellen könnte beziehungsweise mir nicht glauben wird, dass ich die Fotos, ohne eine Gegenleistung zu bekommen, weitergegeben habe.

- Darf ein Fotograf aus Gefälligkeit Fotografien erstellen oder ist er verpflichtet, sich hierfür entlohnen zu lassen mit der Folge, dass natürlich auch Einkommensteuer usw. fällig wird?



Abbildung 1.5

Wenn ein Fotograf für den Sportverein seines Sohnes ein paar Trainings-Schnappschüsse macht, ohne Honorar hierfür zu nehmen, ist das selbstverständlich nicht gleich Schwarzarbeit. Werden jedoch im großen Umfang Hochzeiten von angeblichen Bekannten unentgeltlich fotografiert, dann spricht die allgemeine Lebenserfahrung gegen eine reine Gefälligkeit.

Nachbarschaftshilfe ist gesetzlich nicht verboten. Aber: Verboten ist es, wenn ein angestellter Maurer in seiner Freizeit hilft, Häuser zu bauen. Verboten ist es, wenn eine arbeitslose Friseurmeisterin im häuslichen Wohnzimmer die halbe Nachbarschaft mit neuen Frisuren versorgt. Eindeutig schwarz arbeiten jene, die Arbeitslosengeld I oder II beziehen oder Krankengeld und Dritten kostenlos geldwerte Leistungen erbringen, die über den engen Rahmen der Nachbarschafts- und Verwandtenhilfe hinausgehen, egal, ob sie dafür Geld nehmen oder nicht. Wer keine Dritteleistungen in Anspruch nimmt, arbeitet jedenfalls nicht schwarz, wenn er kein Geld nimmt, wenn er für Nachbarn, Verwandte und Freunde gelegentlich tätig ist.

Fazit

Schwarzarbeit liegt nicht vor, wenn ich meine engsten Verwandten unentgeltlich fotografiere. Und auch einem Freund werde ich mal ausnahmsweise kostenlos ein paar Fotos machen dürfen, ohne dass gleich das Finanzamt Betrug wittert. Wer aber wiederholt angeblich unentgeltlich arbeitet, macht sich verdächtig und das Finanzamt wird nach der allgemeinen Lebenserfahrung von Steuerhinterziehung, nichts anderes ist Schwarzarbeit, ausgehen und dementsprechend vorstellig werden.

FALL 1.17 ALTERSBESCHRÄNKUNG BEI EROTIKFOTOS IM INTERNET?

Immer wieder findet man auf Internetseiten, die Galerien mit Erotikfotos beinhalten, eine Altersbeschränkung. Begründet wird dies mit dem Hinweis auf gegebenenfalls jugendgefährdende Inhalte einzelner Erotikfotos.

- ▶ Bin ich rechtlich angehalten, den Zugang zu meiner Internetseite, die auch Aktbilder enthält, Kindern und Jugendlichen in irgendeiner Weise zu verwehren?
- ▶ Wenn ein Anbieter deutlich pornografische Fotos zeigt, reicht dafür der einfache Hinweis, die Seite dürfe nur von Personen »betreten« werden, die 18 Jahre oder älter sind? Oder muss der Anbieter eine weitergehende Sicherung einbauen, dass der Besucher der Seite sich wirklich, zum Beispiel über seine Kreditkarte, als Erwachsener ausweist?

Anders als in den meisten westlichen Ländern ist Pornografie im Internet in Deutschland ausdrücklich verboten. Weitere Ausnahmen stellen etwa China, Indien und Iran dar. Pornografie ist ausnahmsweise dann zulässig, wenn sie nur einer sog. geschlossenen Benutzergruppe zugänglich gemacht wird, wenn also ein aufwendiges Altersverifikationssystem eingesetzt wird, § 4 Abs. 2 JMStV. Das führt dazu, dass die größeren und kleineren Anbieter pornografischer Internetangebote ihren Sitz verstärkt ins aufklärere Ausland

verlegt haben. In den letzten Jahren ist der Erotikmarkt aber regelrecht zusammengebrochen – nicht nur wegen der rigiden Gesetzgebung in Deutschland, sondern vor allem wegen der kostenfreien Allverfügbarkeit pornografischen Materials im Internet.

Der deutsche Gesetzgeber hat allerdings durchaus verstanden, dass das Internet weltweiten Zugriff auf einzelne Seiten ermöglicht. Die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) hat dementsprechend bereits Gutachten in Auftrag gegeben, die sich mit den rechtlichen und technischen Möglichkeiten von Sperrungen einzelner Internetseiten befassen. Erkennbarer Zweck scheint es zu sein, alsbald sämtliche missliebige Internetseiten unter Verweis auf den Jugendschutz unzugänglich zu sperren. Niemand allerdings fragt, ob Jugendliche dieser Art des »Schutzes« überhaupt bedürfen.

Der Zugang zu einer pornografischen Internetseite ist weiterhin nur zulässig, wenn durch ein geeignetes Altersverifikationssystem sichergestellt wird, dass nur Erwachsene Zugriff auf die Seite nehmen können.

Ob dies mit der Informationsfreiheit des Art. 5 GG vor dem Hintergrund, dass ein Jugendschutz, wie erwähnt, gar nicht stattfindet, vereinbar ist, bleibt fraglich. Über die deutschen Jugendschutzvorschriften mag zwar geschmunzelt werden; sie stellen eine Entwicklung dar, die m.E. nur noch den Namen Zensur verdient: Dem Jugendschutz wird nicht Genüge getan, weil nicht erkannt wird, dass ein Jugendschutz nicht darin liegen kann, dass Jugendliche vor irgendetwas bewahrt werden. Das geht nämlich im Zeitalter des Smartphones nicht über Zugangserschwerungen deutsche Erotikseiten betreffend. Die Jugend wird allein dadurch geschützt, dass sie mit vermeintlichen oder echten Gefahren umzugehen lernt.

Im Ergebnis wird der Fotograf von pornografischen Bildern entweder sein Internetangebot in der beschriebenen Weise vor dem Zugriff Minderjähriger schützen oder einen Weg außerhalb des Anwendungsbereichs deutschen Rechts suchen müssen.

Der Fotograf künstlerischer Erotik- und Aktaufnahmen dagegen braucht grundsätzlich keinen staatlichen Zugriff auf sein Angebot zu fürchten. Denn die Aufnahmen dürfen durchaus freizügig sein. Denn Pornografie muss, um als solche erkannt zu werden, objektiv eine Aufreizung des Sexualtriebs bezwecken (was daran allerdings verwerflich sein soll, haben weder Behörden noch der Gesetzgeber jemals auch nur thematisiert; letztlich handelt es sich um überkommene Moralvorstellungen). Ist das nicht der Fall, liegt auch keine Pornografie vor. Und: Die Darstellung des nackten menschlichen Körpers stellt für sich genommen ebenso wenig Pornografie dar wie die Darstellung sexueller Vorgänge einschließlich des Geschlechtsverkehrs, was insbesondere für bildliche Darstellungen gilt (so unter Angabe weiterer Quellen das KG Berlin, Az. (4) 1 Ss 312/07). Die künstlerische Darstellung

eines sich körperlich liebenden Paares ist daher nicht per se pornografisch und darf – ohne weiteren Schutz – auf Internetseiten gezeigt werden; dass ein gewisses Restrisiko besteht, soll hier aber auch nicht verschwiegen werden.

Fazit

Fotografen von künstlerischen Akt- oder Erotikaufnahmen brauchen keine besonderen Vorkehrungen zu treffen, um Kindern und Jugendlichen das Betreten ihrer Internetseiten zu verwehren. Handelt es sich bei den Fotos aber um Pornografie, ist ein aufwendiges Altersverifikationssystem vonnöten, um rechtlich nicht belangt zu werden.

FALL 1.18 IMPRESSUM AUF DER INTERNETSEITE UND BEI FACEBOOK

Abbildung 1.6

Die Angabe des tatsächlichen Namens, Anschrift und E-Mail-Adresse sind Pflicht auf einer geschäftsmäßig betriebenen Internetseite.

Um den gesetzlichen Anforderungen zu genügen, muss eine Internetseite, auch die von Privatpersonen, Informationen zum Seitenbetreiber beinhalten.

- ▶ Welche Informationen müssen im Impressum angegeben werden, damit der Seitenbetreiber nicht gegen geltendes Recht verstößt?

werbefotografie

Jens Brüggemann

portfolio

beauty | fashion | erotic | people | kids | stills

jens Brüggemann
 biography / lebenslauf
 backstage / bei der arbeit
 studio / atelier
 feedback / presse
photos / fotos
 beauty / kosmetik
 fashion / mode
 erotic / erotik
 people / menschen
 kids / kinder
 stills / produktfotos
 workshops / seminare
 elvissa / ibiza
 dates / termine
 coaching / einzelschulung
 making of / schnappschüsse
shop / verkauf
 illustriert books / bücher
 fine art prints / poster
 specials / sonstiges
news / neugkeiten
 private shooting / für privat
imprint / impressum
 contact / kontakt
 home / start

Design und alle auf dieser Webseite verwendeten Fotografien sind urheberrechtlich geschützt!!

Zuwerhandlungen werden strafrechtlich verfolgt. Wer Fotos von Jens Brüggemann z.B. auf anderen Internetseiten entdeckt und diese ohne Erlaubnis dort veröffentlicht wurden, sollte uns informieren! Kann der Täter ausfindig gemacht und für diese Urheberrechtsverletzung zur Rechenschaft gezogen werden, bekommt derjenige, der uns zuerst auf diesen Umstand aufmerksam gemacht hat, eine angemessene Belohnung, die von uns ggfs. auch vor Gericht gegenüber dem Täter durchgesetzt wird. Die Belohnung kann nur gezahlt werden, wenn der Täter seinerseits Schadenersatz oder eine nachträgliche Lizenzgebühr uns zu zahlen in der Lage ist und dieses auch (notfalls durch Eintreibung durch einen Gerichtsvollzieher) geschieht.

© Fotos: Jens Brüggemann / @ Webdesign: L.I.Design

Studio: Jens Brüggemann • Werbefotografie • Burghofstr. 28 • 40223 Düsseldorf
Post: Jens Brüggemann • Werbefotografie • Postfach 25 01 15 • 44739 Bochum

Tel.: +49 (0)211 3113588 (Studio Düsseldorf)

e-mail: info@jensbrueggemann.de

UST-ID: DE812579832

Jugendschutzbeauftragter gem. § 7 JMStV: Dr. Daniel Kötz

Die sog. Impressumspflicht ist in § 5 TMG geregelt. Danach haben Dienstbetreiber bestimmte Informationen dann erreichbar und ständig verfügbar zu halten, wenn der Dienst geschäftsmäßig angeboten wird. Dieser Begriff ist nicht zu verwechseln mit gewerbsmäßig. Nach der neuen Fassung des TMG wird gemäß § 5 Abs. 1 TMG auf »geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene« Telemedien abgestellt. § 5 TMG setzt ein Handeln gegen Entgelt voraus. Geschäftsmäßigkeit ist auch immer dann anzunehmen, wenn eine auf Dauer angelegte Tätigkeit mit Gewinnerzielungsabsicht vorliegt (so das OLG Düsseldorf, MMR 2008, 682 – Impressumspflicht – Geschäftsmäßigkeit eines Teledienstes). Eine USt.-ID ist anzugeben, die Steuernummer aber nicht.

Stellt ein Fotograf nur eine Galerie ins Internet, dürfte er danach wohl nicht impressumspflichtig sein. Besteht jedoch die Möglichkeit, ihn zu kontaktieren, zu buchen oder ruft er Fotomodelle dazu auf, sich bei ihm für ein Shooting zu bewerben, liegt eine Geschäftsmäßigkeit vor und es besteht eine Impressumspflicht. Diese beinhaltet Name (mit ausgeschriebenem Vornamen, so OLG Düsseldorf MMR 2009, 266 – Impressumspflicht) und Anschrift und eine E-Mail-Adresse. Die Angabe einer Telefonnummer ist nicht erforderlich, wie der Europäische Gerichtshof am 15. Mai 2008 entschieden hat (EuGH ZUM-RD 2009, 1). Auch auf den Seiten Dritter – Xing, Facebook, Fotocommunity, Model-Kartei – ist ein Impressum vorzuhalten (LG Stuttgart ZUM-RD 2014, 582). Abmahnen kann damit theoretisch jeder andere Fotograf; allerdings kann sich eine Einschränkung ergeben, wenn die räumliche Reichweite nicht zu Überschneidungen führt (LG Dortmund ZUM-RD 2014, 580). Wer aber mit der bundesweiten Übernahme von Fotoaufträgen wirbt, wird sich auf dieses Argument nicht zurückziehen können.

Das Oberlandesgericht Düsseldorf hat am 13. August 2013 geurteilt, dass auch bei Facebook ein vollständiges Impressum vorgehalten werden muss, wenn der Account auch zu Marketingzwecken benutzt wird und nicht nur eine private Nutzung besteht. Dabei sei eine Verlinkung unter dem Button »Info« nicht ausreichend (OLG Düsseldorf ZUM 2014, 587). Das geht m.E. zu weit. Wer auf »Info« klickt und dann jedenfalls einen Link zum Impressum auf der Homepage des Betreibers anklicken kann, ist ausreichend schnell informiert. Indes, das Urteil des Oberlandesgerichts ist rechtskräftig und andere Gerichte werden sich daran orientieren.

Fazit

Wer »geschäftsmäßig« eine Internetseite betreibt, also grundsätzlich alle professionellen Fotografen, muss ein Impressum, das mit einem einzigen Klick von der Startseite aus erreichbar ist, führen. Hierin sind tatsächlicher Name, Anschrift und eine E-Mail-Adresse aufzuführen.

FALL 1.19 DISCLAIMER BEI INTERNETSEITEN

Viele Fotografen haben auf ihren Internetseiten Links zu anderen Seiten: zu befreundeten Fotografen, Fotomodellen, zu Galerien im Internet, zur Industrie und nicht selten auch zu ihren Kunden. Um für den Inhalt auf den verlinkten Seiten nicht haftbar gemacht werden zu können, bringen sie einen sogenannten Disclaimer an. Dies ist ein Hinweis, dass man für den Inhalt der verlinkten Seiten nicht verantwortlich ist und hierfür jegliche Haftung ausschließt.

- Reicht das? Oder sind Disclaimer rechtlich ohne Belang?

Ein solcher Disclaimer, häufig in Gestalt einer Berufung auf eine Entscheidung des Landgerichts Hamburg vom 12. Mai 1998 (!), ist rechtlich irrelevant, wenn damit eine Nicht-Haftung für unzulässige Inhalte auf Drittseiten erreicht werden soll. Wenn eine Verlinkung rechtswidrig ist, wird sie nicht rechtmäßig durch einen Disclaimer, mit der sich der Verlinkende von der Haftung lossagen will. Wenn er für die Inhalte der verlinkten Seiten nicht einstehen will, fragt man sich in der Tat, warum er dann verlinkt. Anders ist der Hinweis zu beurteilen, den man durchaus schon auf manchen Internetseiten findet, dass man nun das Angebot des Unternehmens verlasse und auf die Seite eines anderen Anbieters verwiesen werde. Dann jedenfalls kann der Nutzer neu entscheiden, ob er dem Angebot trauen möchte oder die Seite lieber nicht aufsucht.

Fazit

Disclaimer mit dem Hinweis, dass der Seitenbetreiber für die Inhalte der verlinkten Seiten nicht haftbar gemacht werden kann, sind rechtlich irrelevant. Wenn eine Verlinkung rechtswidrig ist, wird sie nicht rechtmäßig durch einen Disclaimer, mit der sich der Verlinkende von der Haftung lossagen will. Eine Alternative ist der Hinweis, dass mit dem Link das Angebot des Unternehmens verlassen und auf das Angebot eines anderen Unternehmers verwiesen wird. Sind die dort abrufbaren Inhalte aber rechtswidrig, haftet der Verwender des Disclaimers dennoch. (Siehe hierzu auch Fall 2.7: »Verlinkung von Webseiten und anderen Inhalten«)

FALL 1.20 IST DIE VERÖFFENTLICHUNG EINES FOTOS IM INTERNET ODER AUF DVD EINE EIGENSTÄNDIGE NUTZUNG?

Mit Urteil vom 5. Juli 2001 hat der Bundesgerichtshof (BGH GRUR 2002, 248 – Nutzungsrechte an Fotos für CD-ROM-Ausgabe) entschieden, dass die Verwendung von Fotos (zumindest für die Jahre 1989–1993), die

zuvor in der Print-Ausgabe eines Magazins abgedruckt waren, nicht erneut honorarfrei auf einer Jahrgangs-CD-ROM des Verlages veröffentlicht werden dürfen. Vielmehr bedarf es hierfür der Zustimmung der Fotografen, da es sich in diesem Fall um eine »eigenständige Nutzungsart« handele.

- ▶ Das Gericht hatte entschieden, dass die CD-ROM in diesem Zeitraum noch nicht als »bekannte Nutzungsart« im Sinne von § 31 Abs. 4 (alte Fassung) UrhG angesehen werden konnte. Was ist damit gemeint?
- ▶ In diesem Zusammenhang ist häufig davon die Rede, dass Fotografen bestrebt sein sollten, den Umfang der vergebenen Nutzungsrechte genauestens zu bestimmen, da ansonsten der Umfang durch Auslegung nach dem angestrebten Vertragszweck zu ermitteln ist. Nach welchem Schema geht man dabei am besten vor?

Nach § 31 Abs. 4 UrhG war es zum Schutze der Urheber untersagt, Regelungen in einen Vertrag aufzunehmen, die noch unbekannte Nutzungsarten behandelten. Damit sollten die Urheber vor einem Ausverkauf bewahrt werden dahin gehend, dass eine neue urheberrechtsrelevante Nutzungsart aufkommt und der Urheber entschädigungslos zusehen muss, wie sein Werk neu vermarktet wird. Mangels entsprechender Regelung waren die Verwerter gehalten, neue Verträge mit den Urhebern einzugehen. Das stieß auf Schwierigkeiten; manche Urheber waren nicht mehr auffindbar oder verstorben, Erkenntnisse über die Erben bestanden nicht. Nicht ausgeschlossen ist auch, dass mancher Urheber sich quergestellt hat oder astronomische Preise für eine Verwertung zum Beispiel auf CD-ROM oder im Internet verlangt hat.

Die Vorschrift des § 31 Abs. 4 UrhG wurde aufgehoben und durch § 31a UrhG ersetzt. Nunmehr ist es möglich, Nutzungsrechte auch auf unbekannte Nutzungsarten zu erstrecken. Das ist möglich, wenn der Vertrag schriftlich geschlossen wird. Es besteht insoweit ein Widerrufsrecht, das nach Ablauf von drei Monaten nach Mitteilung des Vertragspartners erlischt, wenn es nicht ausgeübt wird. Es darf nicht wider Treu und Glauben ausgeübt werden, seine Ausübung steht damit nicht im Belieben des Fotografen. Es erlischt mit Wirkung für die Erben nach dem Tode des Urhebers. Außerdem sind die Verwerter insofern deutlich besser gestellt als bisher, als die Mitteilung über die beabsichtigte Nutzung nur an die letzte bekannte Anschrift des Urhebers gesandt werden muss, Nachforschungen muss er also nicht anstellen.

Die Vorschrift wird um § 32c UrhG ergänzt, der eine gesonderte angemessene Vergütung für den Urheber normiert.

Die weiteren Einzelheiten sind hier nicht zu erörtern, unter anderem, weil sie wissenschaftlich noch nicht hinreichend geklärt sind. Klar ist nur, dass jedenfalls globale Rechteeinräumungen den Anforderungen der §§ 31a, 31c UrhG nicht genügen, weil ein Mindestmaß an Bestimmbarkeit fehlt. Klar ist auch, dass es nicht auf technische, sondern auf wirtschaftliche Verwertungsmöglichkeiten ankommt.

Fazit

Seit einigen Jahren ist auch die Vereinbarung der Nutzung von Fotografien in bisher noch unbekanntenen Nutzungsarten möglich. Es besteht aber eine zusätzliche Zahlungspflicht durch den Lizenznehmer.

FALL 1.21

VERFALLSDATUM VON GUTSCHEINEN

Ich bekam einmal den Anruf einer Frau, die vor bereits drei Jahren von ihrem damaligen Freund zum Geburtstag einen von mir ausgestellten Gutschein für ein vierstündiges Fotoshooting geschenkt bekommen hatte. Der damalige Freund hatte den Gutschein natürlich ordnungsgemäß bei mir bezahlt und sie, mittlerweile schwanger, fragte mich, ob der Gutschein noch eingelöst werden kann. Mein Rechtsgefühl sagt mir ja, es wurde doch bezahlt, andererseits habe ich Bedenken, denn alles wird teurer und ich würde so unter Umständen ein Shooting unter Wert machen müssen.

- ▶ Stimmt es, dass es eine ungerechtfertigte Bereicherung wäre, wenn ich mich weigern würde, den Gutschein nach über drei Jahren noch einzulösen?
- ▶ Kann die Kundin Rückzahlung des Geldwerts verlangen?

Gutscheine sind so eine Sache. Jedenfalls nach drei Jahren ist der Anspruch auf Einlösung verjährt, §§ 195, 199 BGB. Die Frist beginnt ab dem Schluss des Ausstelljahres. Nach dem Urteil des Landgerichts München vom 5. April 2007 (BeckRS 2007, 06736) haben Gutscheine allgemein eine Einlösefrist von drei Jahren, unabhängig davon, ob ein anderes Verfallsdatum aufgedruckt ist, ausgenommen von der Dreijahresregelung sind aber spezielle Gutscheine wie etwa Konzert- oder Theatergutscheine, die an bestimmte Vorstellungen gebunden sind. Das Oberlandesgericht München (OLG München NJW-RR 2008, 1233) sieht das in seiner Entscheidung vom 17. Januar 2008 genauso und hat das Urteil des Landgerichts bestätigt. Die Kundin kann einen Geschenkgutschein nicht in Geld einlösen (AG Northeim NJW-RR 1989, 54), weshalb der Fotograf nicht verpflichtet ist, einem solchen Ansinnen nachzukommen.

Fazit

Ausgestellte Gutscheine, beispielsweise für ein Fotoshooting im Wert von 400,- Euro, müssen nach drei Jahren, beginnend ab dem 1. Januar des Folgejahres der Ausstellung des Gutscheines, **nicht** mehr angenommen werden. Soll also ein Gutschein eingelöst werden, der diese Dauer überschritten hat, kann der Fotograf sich weigern und muss auch den Gegenwert nicht zurückzahlen.

FALL 1.22

REPRÄSENTANTEN

Am 1. Juli 2008 ist das neue Rechtsdienstleistungsgesetz (RDG) in Kraft getreten. Es soll sicherstellen, dass nur befähigte, respektive qualifizierte Personen Rechtsberatungen und -dienstleistungen erbringen. Nun sind aber die Fotografen-Repräsentanten nicht nur mit der Beschaffung bzw. Vermittlung von Fotoaufträgen, sondern regelmäßig auch mit Vertragsverhandlungen, Lizenzvergaben, Verfolgung von Urheberrechtsverstößen und teilweise sogar mit dem Forderungssinkasso für die von ihnen vertretenen Fotografen beschäftigt.

- ▶ Könnte die Arbeit der Fotografen-Repräsentanten hiermit gegen das neue Gesetz verstoßen?

Das neue RDG soll einerseits dazu dienen, dass bestimmte rechtliche Beratungsleistungen angelegentlich einer anderen Tätigkeit erbracht werden dürfen, ohne dass es Probleme mit dem Rechtsberatungsmonopol der Rechtsanwälte gibt. So darf etwa eine Autowerkstatt auch mit der Versicherung die eine oder andere Rechtsfrage besprechen, ohne dass gleich ein Verstoß gegen das Rechtsberatungsmonopol besteht. Bei den Repräsentanten der Fotografen ist allerdings regelmäßig zu prüfen, ob die Vermittlung von Aufträgen die Haupttätigkeit darstellt oder ob nicht vielmehr ständig neue Verträge verhandelt werden. Und vor dem Hintergrund, dass der Repräsentant in der Regel ein recht großzügiges Honorar beansprucht, darf der Fotograf wohl erwarten, dass sich sein Repräsentant auch um die rechtliche Seite der Angelegenheit kümmert. Prüft aber der Repräsentant bei jedem Vertrag auch die rechtlichen Fragen, so kann die Rechtsberatung kaum mehr als Nebentätigkeit eingestuft werden.

Repräsentanten ist es damit nach dem RDG nicht gestattet, für die von ihnen betreuten Fotografen Vertragsverhandlungen zu führen, weil es sich dabei sehr schnell um eine unerlaubte Rechtsdienstleistung handelt. Eine Lösung des Problems könnte darin liegen, dass Repräsentanten eng mit einem Rechtsanwalt zusammenarbeiten, der die Prüfung für eine Pauschale übernimmt. Sonst erscheint es nicht ausgeschlossen, dass jedenfalls dem Repräsentanten, vielleicht aber auch dem Fotografen, früher oder später eine Abmahnung ins Haus flattert.

Fazit

Ist die tatsächliche Haupttätigkeit eines Fotografen-Repräsentanten das Aushandeln jeweils neuer individueller Verträge, so verstößt er gegen das neue Rechtsdienstleistungsgesetz. Ist hingegen die Vermittlung von Aufträgen der Schwerpunkt seiner Arbeit, mit nur gelegentlichen kleineren rechtlichen Fragestellungen, so kann er unbeschwert weiterhin tätig sein.

Index

A

Abgebildeter 122
Abmahnung 68, 142, 167, 168
Abstrahleffekt 107, 109
AGB 58, 75
 offene Forderung 81
Akkreditierung 96
Aktaufnahme 91
Aktfoto 37
Aktfotografie 152
Aktivlegitimation 132
Alkoholeinfluss 119
Alleinurheber 28
Allgemeine Geschäftsbedingungen 58
 Eigennutzungsklausel 131
 Haftung 121
 Vertragsstrafenregelung 61
Altersbeschränkung 48
Altersverifikationssystem 48, 69
Anwalt 168
Anwaltskosten 141
Auftraggeber 73
 Insolvenzrisiko 82
Auftragsfoto 77
 Eigenwerbung 130
Auskunftsanspruch 141
Ausstellung 141
Ausstellungskatalog 135

B

Bearbeiter 24
Bearbeitung 111
 zustimmungsbedürftige 111
Beiwerk 94
 unwesentliches 134
Bemessungsgrundlage
 Künstlersozialkasse 28
Benutzung
 freie 111
Beseitigungsanspruch 143
Besitzer/Eigentümer 163
Beweislage 36
Bild 94

Bildband 77, 100, 136, 137
Bildidee 62
Bildmanipulation 45
Bildnis 42, 72, 93, 127
 Besteller des 72
Bußgeldverfahren 91

C

Celebrity Fakes 44
Culpa in contrahendo 161

D

Deep-Link 70
Diensteanbieter 150
Digitales Foto
 Urhebernachweis 163
Direktwerbung 68
Disclaimer 52
Doppelgänger 120
Doppelschöpfung 90
Double-opt-in-Verfahren 68
Download 143
Dreijahresregelung 54

E

Eigennutzungsklausel 131
Eigenständige Nutzung 52
Eigentümer 106
Eigenwerbung 32, 33, 130
Einkommensteuer 47
Einlösefrist 54
Einstweilige Verfügung 170
Einwilligungserfordernis 94
Eltern 38
E-Mail-Werbung 67
Entschädigungsanspruch 151
Entstellung 148
Ergänzungsvertrag 80
Erkennbarkeit
 der abgebildeten Person 41

Erlaubnis der Eltern 38
 Erstveröffentlichung 22
 Exklusivitätsabrede 35

F

Fahrlässigkeit
 grobe 144
 Fangprämie 58, 59
 Fehlende Nennung des Namens des
 Urhebers 61
 Fernabsatzgesetz 73
 Filmmaterial 76
 Finanzamt 47
 Finderlohn 59
 Foodstylist
 Künstlersozialkasse 28
 Fotodesigner 24
 Fotograf
 Fotodesigner 24
 Fotografengemeinschaften 22, 24
 Fotokünstler 24
 Inländerdiskriminierung 25
 Meister 24
 Fotografie
 Aktaufnahme 91
 Aktfoto 37
 Altersbeschränkung bei Erotikfotos
 48
 Auftragsfotos 77
 Bearbeitung 23
 Bildmanipulation 45
 Celebrity Fakes 44
 Entstellung 148
 für Bildband 77
 für Privatpersonen 71
 gewerblich 33
 Hochzeitsfotos 74
 Konzept 62
 Konzertfotos 96
 Kunst 26
 künstlerische 112
 Lizenz an einer 33
 Mängel 73
 Miturheber 23
 Porträt 25
 Porträtfoto 71, 73
 Rechte an der 23
 Schöpfer 23
 Schwarzarbeit 46
 Verbreitung 72
 Verfremdung 23
 Werbefotografie 107

Werbung 26
 Zugänglichmachung 72
 Fotografieren verboten 101
 Fotografiererlaubnis 88
 Widerruf 104
 Fotografierverbot 86, 99
 Fotoklau 140
 Bemessung des Schadensersatzes
 145
 Entstellung der Fotos 148
 Minderjährige 143
 Fotomodell
 Einwilligung 125
 Künstlersozialkasse 27
 Modelagentur 34
 Sozialabgaben 64
 Fotomontage 42
 Fotonutzung
 unberechtigte 132
 Freelancer 160
 Freie Benutzung 111
 Freiheit der Meinungsäußerung
 Prominente 123

G

Gefälligkeit 47
 Gefälligkeitsfotografie 46
 Geldentschädigung
 Anspruch auf 151
 Geschmacksmuster 18
 Gewandelte Überzeugung 156, 159
 Großes Kleinzitat 153
 Gute Sitten 32
 Güterabwägung 46
 Gutschein
 Dreijahresregelung 54
 Einlösefrist 54
 Verfallsdatum von Gutscheinen 54

H

Haftung 52
 bei Verlust von Fotografien 160
 für Verschulden der Mitarbeiter 145
 Haftung aus culpa in contrahendo 161
 Haftung des Fotografen 120
 Haftungsrisiko 63
 Handwerkskammer 24
 Handwerksordnung 25
 Hausrecht 97, 99, 100

Hochzeitsfoto 74
 Hochzeitsfotografie 76
 Honorar 77, 93, 137
 Geldentschädigung 98
 Lohnminderungsanspruch 117
 offene Forderung 81
 Preisliste 76
 Rechnungstexte 79
 Rücktritt vom Vertrag 82
 Vorschuss 64
 Honorarbeteiligung 156
 Hotel 86
 Hyperlink 70

I

Impressum 50
 Impressumspflicht 51
 Inkasso-Unternehmen 81
 Inländerdiskriminierung 25
 Insolvenzrisiko 64, 82
 Internet 45, 133
 Deep-Link 70
 Disclaimer 52
 Eigenwerbung 130
 Erotikfotos 48
 Haftung 52
 Hyperlink 70
 Impressum 50
 Impressumspflicht 51
 Newsletter 67
 Spam 67
 Verlinkung von Webseiten 68
 Internetadresse
 als Urheberbezeichnung 18
 Internetdomain
 als Urheberbezeichnung 19
 Intimsphäre 44

J

Jugendpornografie 38
 Jugendschutz 49
 geschlossene Benutzergruppe 49

K

Kinderpornografie 38
 Kleines Großzitat 153

Kommission für Jugendmedienschutz
 49, 69
 Konzept 62
 Krankenversicherung 26
 Kreativer 27
 KSK 26
 KUG 94
 Kündigungsfrist 35
 Kunst 26, 100
 Kunstwerk 27
 Werbefotografie 28
 Künstler 24
 Künstlersozialabgabe 26
 Künstlersozialkasse 26
 Bemessungsgrundlage 28
 Foodstylist 27
 Fotomodelle 27
 Visagist 27
 Kunstwerk 103

L

Lichtbild 21
 Lichtbildschutz 20
 Lichtbildwerk 21, 148
 Lizenz 33
 Unterlizenz 149
 Lizenzanalogie 61
 Lizenznehmer 133
 Location
 Club 105
 Diskothek 98
 Fußgängerzone 92
 geschlossene Veranstaltung 92
 Hotel 86
 Mietwohnung 88
 Modenschau 97
 Museen 99
 öffentliche Plätze 101
 Sportveranstaltung 97
 Locationgebühr 79, 104

M

Mahnverfahren 81
 Mangel 73
 Mangelbeseitigung 74
 Markenname 107
 Markenrecht 18, 101, 107
 Markenrechtsverletzung 108

Meister 24
 Gesellenprüfung 24
 Inländerdiskriminierung 25
 Menschenwürde 42
 Persönlichkeitsentfaltung 42
 MFM 145
 MFM-Honorar 59, 146
 Mietwohnung 88
 Minderjährige 37
 Mittelstandsgemeinschaft
 Fotomarketing 59, 146
 Miturheber 23, 89
 Miturheberschaft 22
 Grundsatz der Gleichheit der
 Werkart 23
 Mitverschulden 161
 Model
 abgebildete Person 42
 Buchung 63
 Größe 36
 Hautunreinheiten 36
 Honorar 32
 minderjährige 37
 Modelagentur 32
 Nichterscheinen zum Shooting 117
 Sedcard 35
 TFP-Shooting 32
 Modelagentur 32, 34, 118
 Kündigungsfrist 35
 Provision 34
 Modelhonorar 32
 Model-Release 30, 43, 120, 156, 159
 Modelvertrag 30, 156, 159
 Nebenabreden 31
 Morphing 45
 Multimediawerk 23
 Mündliche Vereinbarung 80

N

Nachbarschaftshilfe 48
 Nachbestellung 74
 Nacherfüllung 74
 Nachstellen eines Fotomotivs 110, 114
 Nacktbild 42
 Namensnennung 18, 147, 163
 fehlende 141
 Nebenabreden 31
 Newsletter 67
 Bestätigungsmail 68
 Double-opt-in-Verfahren 68
 Nutzung 77
 als Wanddekoration 138
 Einschränkung 31

in Katalogen 134
 Nutzungsumfang 31
 Umfang der 153
 Umfang der erlaubten 73
 Nutzungsrecht 19, 58, 71, 136
 ausschließliche Übertragung 79
 ausschließliches 132, 133, 136
 einfaches 133
 nach Zahlung des Honorars 81
 Umfang der vergebenen
 Nutzungsrechte 53
 uneingeschränktes 150
 Visagist 28

O

Offene Forderung 81
 Öffentliche Zugänglichmachung 141,
 162
 durch Verlinkung 162
 Öffentlicher Raum 102
 Öffentlichkeit 91, 93, 94, 123
 Informationsinteresse 123, 125
 Prominente 122
 Ordnungsamt 92
 Ordnungswidrigkeitengesetz 91
 Organisation 57
 Orphan Works 165

P

Panoramafreiheit 86, 101
 Papierabzug 76
 Passantenperspektive 126
 Passbildautomat 22
 Personenabbildung 42, 44, 72, 93, 115
 Persönlichkeitsrecht 44, 98, 106, 121,
 158
 Doppelgänger 121
 Persönlichkeitsrechtsverletzung
 126
 Verletzung 151
 Pflegeversicherung 26
 Photoshop 115
 Pornografie 38
 Altersverifikationssystem 48
 Internet 48
 Porträtfoto 73
 Preisliste 76
 Pressefreiheit 97, 123, 124
 Privateigentum 102
 Privatkunde 73

Privatsphäre 127
 Prominenter 44, 46, 120, 136
 allgemeines Persönlichkeitsrecht
 124
 öffentliches Interesse 126
 Schutz des Privatlebens 123
 Urlaubsfotos 122
 Prüfungspflicht 145, 150

R

Rechnung 79
 Rechnungsstellung 58
 Rechnungstext 80
 Recht am Bild 42
 Recht am Bild von Sachen 105
 Recht am eigenen Bild 93, 97, 130
 Doppelgänger 121
 Rechtsberatungsmonopol
 Rechtsanwälte 55
 Rechtsdienstleistungsgesetz 55
 Rechtsmangel 150
 Rechtsschutzversicherung 169
 Rechtsverletzer 19
 Rechtsverletzung 20
 Referenzfoto 32
 Regel-Ausnahme-Verhältnis 151
 Rentenversicherung 26
 Repräsentant 55
 Rechtsberatung 55
 Vermittlung von Fotoaufträgen 55
 Rücktritt
 vom Vertrag 82

S

Sachverständigenbeweis 146
 Sachverständigengutachten 21
 Satire 45
 Schadensersatz 35, 61, 74, 117, 138,
 139, 149
 Bemessungsgrundlage 145
 Orphan Works 166
 Verschulden eines Mitarbeiters 144
 Schadensersatzanspruch 161
 Schmähkritik 46
 Schmerzensgeld 98, 148
 Schöpfer 23
 Schöpfungshöhe 29
 Schuldhaftigkeit 144
 Schuldner 81
 Schwarzarbeit 46

Sedcard 35, 150
 Selbstbestimmung 42
 Shooting
 bezahltes 64
 Sozialabgaben 64
 Spam 67
 Strafzuschlag 58
 Stylist 23
 Urheberrecht 28
 Substanzeinwirkung 106

T

Testshooting 32
 TFP 32
 TFP-Shooting 32
 Time for Pictures 32
 Treu und Glauben 141

U

Unterlassungsanspruch 20, 42, 90, 98,
 120, 141
 Unterlassungserklärung 142, 167, 169
 strafbewehrte 141
 Unterlassungsverpflichtungserklärung
 167
 Unzulässige Nutzung 148
 Upload 143
 Urheber 22, 53
 Bestreitung der Urheberschaft 163
 Einwilligung 111
 Urhebervermutung 163
 Urheberbezeichnung 19
 fehlende 18
 Urheberrachweis 163
 Urheberpersönlichkeitsrecht 20, 44,
 133, 140, 147, 148
 Urheberrecht 76, 102, 140, 163
 Erlöschen des 20
 Rechtsnachfolger 20
 Schranke des 109
 Urheberrechtsfähigkeit 62
 Urheberrechtsverletzung 61, 100,
 112
 Verletzung durch Minderjährige
 143
 Verletzung im Internet 149
 Urheberrechtsgesetz 141
 Verlage 136
 Zitatrecht 153

Urheberrechtsschutz
 Entstehung 18
 Erlangung 18
 Schutzdauer 18
 Vererbung 18
 Urheberrechtsverletzung 61, 100
 Urheberschaft 20, 140
 Urhebervermerk 70

V

Verbreitung 140
 Vergütungsfreiheit 136
 Verhältnismäßigkeit
 Grundsatz der 123
 Verkehrssitte 19, 137
 Verlagserzeugnis 136
 Verlagsvertrag 136
 Verletzerzuschlag 58
 Verlinkung 162
 Webseiten 68
 Vermittlervergütungsverordnung 34
 Vermittlungsprovision 34
 Vermutungsregelung 20
 Vernichtungsanspruch 141
 Veröffentlichung
 Fotografien von Prominenten 126
 unbefugte 42
 Verschulden beim Vertragsschluss 161
 Verschwiegenheit 132
 Vertragsstrafe 142, 167
 Vertragsstraforderung 158
 Vertragsstrafenregelung 61
 Vertragstext 83
 Vertragsverhältnis 132
 Vertraulichkeitsvereinbarung 63
 Vervielfältigung 106, 136, 139, 140, 151
 unzulässige 135

Visagist 23
 Künstlersozialkasse 27
 Urheberrecht 28
 Vollmacht
 Anwalt 168
 Vorschriften von Leihe, Miete und
 Verwahrung 161

W

Werbeagentur 121
 Werbefotografie 26, 107
 Werbekampagne 32
 Bildidee 61
 Werkverbindung 23
 Werkvertrag 76
 Wettbewerbsrecht 108
 Widerrechtliche Verwendung 140
 Widerruf der Fotograferlaubnis 104
 Widerrufsrecht 73
 Workshop 89

Z

Zahlungsverzug 81
 Zeitgeschichte 95, 122
 absolute Person 123, 126
 Zeitgeschichtliches Ereignis 126
 Zitatrecht 153
 Zitatumfang 153
 Zustimmungsbefürdigte Bearbeitung
 111
 Zweckübertragungsregel 43, 73, 79,
 80, 150
 Zweckübertragungstheorie 136