

Was der Fotograf über die Rechte an seinem Bild wissen sollte.

Eine Einführung in die rechtlichen Hintergründe für die ImagePoint-Fotografen
von lic. iur. Michel Rohrer, Geschäftsführer der Jusinfo GmbH,
Rechtsberatung- und Recherchen (www.jusinfo.net).

Vorbemerkungen des Verfassers

Die Fotografie stellt ein Vertragsobjekt mit einer Doppelnatur dar. Einerseits sind die Positive und Negative der entsprechenden Fotos körperliche Sachen, an welchen sogenannte Eigentumsrechte im Sinne von Art. 641 ff. des Schweizerischen Zivilgesetzbuches (ZGB) bestehen können. Andererseits stellen die durch einen Fotografen angefertigten Bilder regelmässig Werke im Sinne von Art. 2 Urheberrechtsgesetz (URG) dar.

Das Eigentumsrecht des Privatkunden erfährt durch das Urheberrecht des Werkschöpfers (hier: Fotograf) gewisse Einschränkungen. Doch auch das Urheberrecht kann unter gewissen Umständen entsprechende Einschränkungen, z.B. durch das Persönlichkeitsrecht des Menschen, erfahren. Es versteht sich von selbst, dass hier ein Spannungsverhältnis entstehen kann, welches für die beteiligten Parteien entsprechende rechtliche Folgen haben kann. Im Zweifel und um unliebsame Überraschungen zu vermeiden empfehlen wir Ihnen die Rücksprache mit einer juristischen Fachperson sowie den Einsatz entsprechender Verträge und Allgemeiner Geschäftsbedingungen (sog. AGB).

Unsere Unternehmung Jusinfo GmbH hat das Ziel, unabhängige Beratungen internet-basiert und zu günstigen Konditionen anzubieten. Entsprechend stehen wir bei konkreten Fragestellungen natürlich gerne zur Verfügung. Sie finden weitere Informationen über uns sowie das Frageformular auf www.jusinfo.net.

Die nachfolgenden Fragen wurden vor allem vor dem Hintergrund des "klassischen" Verhältnis (Kunde im privatrechtlichen Sinne und Berufsfotograf) beantwortet. Selbstverständlich sind im Begriff Fotograf auch die Fotografinnen eingeschlossen. Der besseren Lesbarkeit halber wird jedoch ausschliesslich die männliche Bezeichnung verwendet. Die Ausführungen basieren auf Schweizer Recht (für Verkäufe über ImagePoint gilt ja grundsätzlich Schweizer Recht). Für Deutschland und Oesterreich sind die Bestimmungen ähnlich.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei der Erstellung und Nutzung Ihrer Bilder!

Michel Rohrer, Geschäftsführer Jusinfo GmbH

1. Wann brauche ich das Einverständnis der abgebildeten Person, wenn ich ein Bild auf einer Bildagentur (ImagePoint) anbiete?

Bei der Verwendung von Fotografien von Personen sind folgende Fälle zu unterscheiden:

a) **Originelle Haltung:** Die abgelichtete Person nimmt eine aktive und originelle Haltung ein (führt z.B. eine Pantomime aus). Zwischen der dargestellten Person und dem Fotografen entsteht in diesem Fall eine sog. Miturheberschaft. Das entsprechende Bild kann nur mit beiderseitiger Zustimmung verwendet werden (Art. 7 Abs. 2 URG).

b) **Passive Haltung (kein blosses "Knipsbild"):** Hat die aufgenommene Person hingegen eine passive Haltung eingenommen und stellt die Aufnahme aufgrund der fotografischen Leistung eine geistige Schöpfung mit individuellem Charakter dar, so handelt es sich um ein Werk des Fotografen. Bei der sogenannten "passiven Haltung" im Rechtssinne steht, liegt oder sitzt eine Person einfach so da, ohne dass ihre Haltung als speziell originelle Pose angesehen werden kann. Es versteht sich von selbst, dass jedes Posieren, also jede Haltung, im Grunde genommen eine aktive Handlung voraussetzt. Hier geht es schlicht und einfach darum, dass die eigentliche Leistung (= Ablichtung) durch den Fotografen alleine erbracht wird und das Model keinen eigenen speziellen Beitrag erbringt. Selbstverständlich gestaltet sich in der Praxis die Abgrenzung zwischen einer originellen (Model bringt eigene Ideen aktiv ein) und einer nicht-originellen Haltung (Model verhält sich passiv und folgt lediglich den Anweisungen des Fotografen) mitunter nicht immer einfach.

Über die Verwendung des entsprechenden Bildes kann der Fotograf gemäss allgemeinen urheberrechtlichen Grundsätzen allein entscheiden. Allerdings ist die Ausübung dieses Rechts insofern eingeschränkt, als die Verwendung des Bildes unter dem Gesichtspunkt des persönlichkeitsrechtlichen Schutzes der abgebildeten Person rechtmässig sein muss. Als Beispiel wäre denkbar, dass die abgebildete Person vielleicht nicht in einer Werbebroschüre eines Kosmetikkonzerns auftauchen möchte, den man mit Tierversuchen in Verbindung bringt. Unbedenklich ist in der Regel die Ausstellung des Bildes im Schaufenster des Fotografen. Im Zweifel sollte der Fotograf die Zustimmung zur entsprechenden Bildverwendung von der abgebildeten Person im Voraus schriftlich einholen. Er kann sich so vor unliebsamen Überraschungen schützen.

c) **Passive Haltung (blosses "Knipsbild"):** Hat die aufgenommene Person ebenfalls eine passive Haltung eingenommen, stellt die Aufnahme jedoch lediglich ein sog. "Knipsbild" dar, dem jeglicher individuelle Charakter abgeht, so liegt gar kein urheberrechtlich geschütztes Werk vor. Die Benützung eines solchen Bildes ist frei. Einschränkungen können sich wiederum unter dem Gesichtspunkt des Persönlichkeitsschutzes der abgebildeten Person ergeben.

Ob und wann Sie nun das Einverständnis der abgebildeten Person brauchen, kann also nicht pauschal beantwortet werden und hängt von den konkreten Umständen des Einzelfalles ab (siehe auch Frage 2).

2. Wie ist es mit Personen in der Öffentlichkeit, die nur nebenbei zufällig auf dem Bild sind? Was ist, wenn die Person an einem öffentlichen Ort das Hauptobjekt auf dem Bild ist?

a) **Grundsatz:** Wie bereits erwähnt anerkennt die Lehre und Rechtsprechung gestützt auf Art. 28 ZGB das sog. „Recht am eigenen Bild“, wonach Personenbilder nur mit der Zustimmung der Betroffenen angefertigt und veröffentlicht werden dürfen.

b) **Abgebildete Personen nur Teil der Umgebung:** Sind die abgebildeten Personen jedoch nur Teil der Landschaft, der Umgebung oder des Ereignisses des fotografierten Objekts (z.B. Touristen bei einer Sehenswürdigkeit), so wird eine Abbildung ohne explizite Zustimmung als zulässig angesehen. Ein Teil der Lehre will dies jedoch nicht für die eigenmächtige Verwendung fremder Personenbilder zu Werbezwecken gelten lassen, weil es jedermanns eigener Entscheid sein muss, ob er sein Porträt für eine bestimmte Werbung freigibt.

c) **Abgebildete Person an einem öffentlichen Ort ist Hauptobjekt auf dem Bild:** Erfolgt die fotografische Aufnahme anlässlich einer öffentlichen Veranstaltung, so kann in der Regel von einer stillschweigenden Zustimmung zur Aufnahme und Verwendung ausgegangen werden. Dies trifft insbesondere bei der Nachrichtenerstattung zu. Doch auch hier gibt es entsprechende Ausnahmen. Ein persönlichkeitsrechtlicher Abwehranspruch kann beispielsweise dann gegeben sein, wenn die Fotografie als ausforschend angesehen werden kann, also ein gezieltes (voyeuristisches) Eindringen in das Privatleben darstellt oder wiederum blossen

Werbezwecken dient. Auch eine auf Emotionen abzielende Sensations- und Skandalberichterstattung lässt die persönlichkeitsrechtlichen Abwehransprüche wieder aufleben. So brauchen sich die Eltern eines verunfallten Kindes nicht gefallen lassen, dass ihre tränenüberströmten Gesichter im Grossformat die Titelseite einer Illustrierten garnieren.

Wiederum anders sieht es bei den sog. "Öffentlichen Personen" (Politiker, Künstler, Sportler usw.) aus. Diese können, wenn und soweit sie sich in der Öffentlichkeit aufhalten, grundsätzlich kein Recht am eigenen Bild bzw. eine entsprechende Persönlichkeitsverletzung geltend machen.

3. Gibt es eine einfache Klausel für ein "Model Release" (d.h. Bewilligung des Modells, dass die Aufnahmen uneingeschränkt durch den Fotografen verwendet werden dürfen ohne Entgelt an das Model, also z.B. für eine Bildagentur)?

Grundsätzlich könnte man eine solche "einfache Klausel" aufsetzen, ob sie rechtlich jedoch immer Bestand hat, könnte nicht garantiert werden. Denken wir dabei an eine unerfahrene junge Frau (z.B. ein Model), welche in die "Fänge" eines Fotografen gerät, der sich an ihr bzw. ihrem Bild unverhältnismässig bereichert. Im Weiteren ist eine derartige generelle Klausel oft auch nicht nötig, zumal die Verwendungs- und Nutzungsrechte sowieso beim Urheber und somit beim Fotografen liegen.

Es gilt jedoch auch festzuhalten, dass der Urheber grundsätzlich mit seinem Urheberrecht machen kann was er möchte, d.h. er kann sein Recht veräussern oder auch verschenken. Hier erscheint es unseres Erachtens angebracht, wenn Sie eine entsprechende Klausel bzw. einen entsprechenden Vertrag im Einzelfall zusammen mit einer juristischen Fachperson aufsetzen.

4. Darf ich das Bild eines Gebäudes z.B. Swisscom, Post, ABB etc. oder vom Haus meines Nachbarn verkaufen (z.B. über Bildagentur mit anschliessender Verwendung zu Werbezwecken)?

Für private Zwecke (dazu könnte auch eine rein Firma-interne Verwendung gehören) können die vorgenannten Gebäude grundsätzlich bedenkenlos fotografiert und theoretisch auch verkauft werden (z.B. Postkarten). Anders sieht es hingegen bei der Verwendung zu Werbezwecken aus. Hier können sehr schnell namens-, wettbewerbs- oder auch persönlichkeitsrechtliche Fragen und Probleme auftauchen. So möchte beispielsweise die Swisscom AG nicht unbedingt ihr Logo und Name auf dem Werbeprospekt eines Sex-Nummernanbieters sehen, obschon sie bei solchen kostenpflichtigen Nummern sehr gut mitverdient.

5. Was ist der Unterschied zwischen Urheberrecht und Copyright?

Das Urheberrecht ist das eigentumsähnliche Recht, das den Werkschöpfer (Urheber) in seinen geistigen und persönlichen Beziehungen zu seinem Werk und in der Nutzung und Verwendung des Werkes schützt.

Copyright ist das anglo-amerikanische Urheberrecht. Zum Erwerb des Urheberrechts muss jedes Exemplar des Werkes, das geschützt werden soll, den Copyright-Hinweis bzw. das ©-Zeichen mit Jahreszahl der ersten Veröffentlichung und dem Namen des Berechtigten tragen.

Die Copyright-Angabe hat allerdings mit den Erfordernissen unseres Urheberrechts nichts zu tun. Der Urheberrechtsschutz in unserem Rechtssystem wird unabhängig von irgendwelchen Formalitäten gewährt. Das heisst, die Werke müssen nicht in irgendwelche Copyright-Register eingetragen werden und sie müssen auch nicht ein ©-Zeichen tragen, um geschützt zu sein. Heutzutage hat der Copyright-Hinweis nur noch deklaratorischen und präventive Bedeutung: Man sieht auf einen Blick, wem die Urheberrechte zustehen und schreckt allenfalls Dritte davor ab, diese Urheberrechte zu verletzen.

6. Bei einem Auftrag (Werkvertrag) ohne spez. Abmachung, darf das Bild auch anderswo weiterverkauft werden?

Bei der Beantwortung dieser Frage, wird von folgender *Ausgangslage* ausgegangen: *Ein Kunde bestellt wie folgt beim Fotografen entsprechende Fotografien: Fotografieren Sie bitte das Objekt X. Der Fotograf willigt schliesslich in diese Bestellung ein und antwortet beispielsweise mit: Ich werde das Objekt X für CHF Y fotografieren." Weitere Abmachungen werden nicht getroffen.*

Es handelt sich vorliegend um einen sog. Werklieferungsvertrag im Sinne von Art. 363 ff. des Schweizerischen Obligationenrechts (OR), da der Fotograf als Unternehmer verspricht, gegen Vergütung ein Werk (Fotografie) herzustellen, wozu er den Stoff – den Film – selber liefert.

Unter dem Gesichtspunkt des Konsumentenschutzes und dem Umstand, dass der Anbieter solcher Dienstleistungen - also der Fotograf - gegenüber dem Kunden einen Informationsvorsprung hat, was branchenspezifische Belange angeht und damit eine Aufklärungsobliegenheit gegenüber dem Kunden hat, darf der Kunde darauf vertrauen, dass sowohl die Positive als auch die Negative zum Vertragsumfang gehören. Mit Bezahlung des Werklohnes und der Übereignung der Positive (und Negative) erwirbt der Kunde demnach Eigentum an diesen. Das Urheberrecht bleibt jedoch grundsätzlich beim Fotografen, jedoch mit der Einschränkung, dass dieser dem Kunden den privaten Verwendungs- und Nutzungszweck nicht verbieten kann. Das heisst der Kunde darf für seine Lieben Zuhause oder auch für sich selber beliebig viele Abzüge machen lassen.

Auf jeden Fall macht es Sinn, wenn der Verwendungszweck bei der Beauftragung abgemacht wird, z.B. „für Werbezwecke für unser Unternehmen“. Kunde und Fotograf sollten sich im Voraus entsprechend vertraglich (d.h. schriftlich) über den Verwendungszweck einigen und gegebenenfalls die entsprechenden Urheber- und Eigentumsrechte gänzlich mitübertragen.

Lediglich bei einer "gewerblichen" Nutzung, egal ob entgeltlich oder unentgeltlich, kann der Fotograf seine Urheberrechte wieder voll entfalten. Der Kunde darf das Bild nicht weiterveräußern und der Fotograf kann das Bild nicht weiterveräußern, da er in tatsächlicher und sachenrechtlicher Hinsicht nicht mehr über die Positive und Negative verfügt. Diese sind nunmehr im Eigentum des Kunden.

7. Wem gehören die Dias und Negative bzw. die digitalen Dateien bei Digitalfotografie nach einem Auftrag?

Dias, Negative oder auch digitale Dateien gehören in aller Regel dem Kunden. Selbstverständlich bleibt es den Parteien vorbehalten entsprechend anderslautende Vereinbarungen zu treffen. Auch kann sich aus den besonderen Umständen etwas anderes ergeben, z.B. dann, wenn der Kunde eine Fotografie erwirbt, welche der Fotograf ohne entsprechenden Auftrag abgelichtet hat. In diesem Fall erwirbt der Kunde lediglich Eigentum am entsprechenden Abzug und nicht auch an den Negativen.

Jusinfo GmbH
Rechtsberatung und Recherchen
Postfach 1606
CH - 4001 Basel
Web: www.jusinfo.net
Mail: <mailto:info@jusinfo.net>
