

AUFGEPASST MIT ARCHIVFOTOS: ABGEBILDETE MÜSSEN ZUSTIMMEN

Von Bruno Glaus*

Bildrechte und Abgebildetenrechte sind zweierlei. Wer Bilder bei Fotoagenturen einkauft, kauft urheberrechtliche Nutzungsrechte ein, selten aber "Reproduktionsrechte" der Abgebildeten.

Vizedirektor B. hatte an der Streetparade 1997 teilgenommen, wurde fotografiert, erschien im Sonntags-Blick, landete daraufhin – alles völlig korrekt – im Bildarchiv und wurde dort anständig verwaltet. Zwei Jahre später suchte eine Fachzeitschrift "Illustrationsmaterial" zum Thema "Kreativität und Kommunikation". Als mögliches "Material" lieferte das Archiv auch den Vizedirektor in Streetparade-Aufmachung und lockerer Pose an. Prompt fiel die Wahl auf den bunten Vogel, der sich so, zwischenzeitlich zum Direktor befördert, auf dem Cover einer Zeitschrift wiederfand. Nun aber war das Bild zur Illustration eines Fachthemas ausgewählt worden. Das Archivfoto hatte man beim Verlag angefordert und dafür bezahlt. Das ist kein Einzelfall, wie die zweite Epi-

sode beweist: Die Luzerner Familie X hatte am Zürcher Stadtlaf teilgenommen, wurde fotografiert und erschien einige Tage später in einer Zeitung. So weit, so gut. Alles korrekt. Familie X landete im Bildarchiv des Verlags und der Fotoagentur. Auch dies ist keineswegs zu beanstanden. Doch: Zwei Jahre später findet sich die Familie in einer Abstimmungszeitung wieder. Sie "wirbt" für die Sozialversicherungsposition einer politischen Partei. Niemand ist gefragt worden. Familie X wirbt für eine Parteiposition, die ihr keineswegs nahe steht. Sie beschwert sich bei der Partei, diese bei der Werbeagentur, diese verweist auf die Bildagentur... Man habe doch die "Bildrechte" eingekauft.

Das Recht des Fotografen

Wieder einmal werden die "Bildrechte" mit den Rechten der Abgebildeten verwechselt. Bildrechte, wie es im Volksmund heisst, sind urheberrechtliche Nutzungsrechte. Die Agentur verspricht, dass der Fotograf mit der vereinbarten Nutzung einverstanden ist. So heisst es beispielsweise in den Vertragsbedingungen von Keystone zum Zugriffsrecht auf Keystone Online: "Das Verwendungsrecht gilt für die einmalige Nutzung des Bildmaterials für den bei Bestellung der Bilder angegebenen Verwendungszweck; grundsätzlich gilt das Verwendungsrecht für die einmalige Nutzung des Bildmaterials für Presse Zwecke in dem von ihnen genannten Medium; jede anderweitige Verwendung, insbesondere für Werbezwecke ist nur aufgrund einer speziellen Vereinbarung zulässig. Die Verwendung in elektronischen Medien, wie zum Beispiel dem Internet etc., ist nicht erlaubt und ist nur bei einer vorhergehenden Absprache möglich. Bei der Verwendung des Bildmaterials ist der Urheberrechtshinweis 'Keystone/ev. Agentur/Fotograf' etc. bei jeder Bildverwendung anzugeben."

Das Recht am eigenen Bild

Mit dem Nutzungsrecht kaufen Keystone-Kunden allerdings noch keine Persönlichkeitsrechte der Abgebildeten ein. Das Recht am eigenen Bild der Familie X aus Luzern ist nicht Teil des Urheberrechts (des Fotografen), sondern ein eigenständiges Persönlichkeitsrecht. Auch Abgebildete, die an öffentlichen Anlässen rechtmässig fotografiert

wurden, dürfen lediglich im gleichen redaktionellen Kontext noch einmal veröffentlicht werden, nicht aber zu politischen oder kommerziellen Werbezwecken verwendet werden ohne ihre Einwilligung. Nur in den seltensten Fällen haben Pressefotografen umfassende "Abgebildeten-Rechte" – auch zu Werbezwecken – eingeholt. Das macht die Arbeit von Werbeagenturen nicht leicht.

Öffentlicher Auftritt ist nicht Zustimmung

Ein öffentlicher Auftritt an einem Sportanlass schliesst zwar ein überwiegendes Interesse der Medien ein, Bilder von diesem Anlass zu aktueller Berichterstattung zu verwenden. Gegen die Bildveröffentlichung im redaktionellen Teil können sich die Teilnehmer nicht zur Wehr setzen. Genau gleich verhält es sich bei Demonstrationen. Demonstranten nehmen die Berichterstattung in aktuellen Medien mit Text und Bild als "Lebensrisiko" in Kauf. Als Abgebildete können sie in einem Archiv abgelegt und zu gleichen redaktionellen Zwecken allenfalls noch einmal verwendet werden. Mehr aber nicht. Zu weiteren Verwendungszwecken müssen sie sich nicht hergeben. Weder die Familie X noch Prominente. Alle haben ein Recht am eigenen Bild. Das nicht zu verwechseln ist mit dem Bildrecht des Fotografen.

Was tun? Im Zweifelsfall neu!

Beim Bildereinkauf für Werbung müssen Agenturen deshalb darauf achten, dass die Fotoagentur auch Rechtsgewähr für die Abgebildeten übernehmen kann. Wo die Bildagentur für Persönlichkeitsrechte nicht Gewähr leisten kann, ist im Zweifelsfall zu empfehlen, neues Bildmaterial nachzustellen mit Zustimmung der abgebildeten Personen. Wie die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Bildagenturen deutlich machen kann, vom Begriff "lizenzfrei" nicht auf Persönlichkeitsrechte geschlossen werden. Mit einem Freipass bezüglich Persönlichkeitsrechten von Abgebildeten hat dies nichts zu tun. ■

*Bruno Glaus ist Rechtsanwalt in Uznach mit dem Spezialgebiet Werbevertragsrecht.

AGB-Keystone

F) Rechte an den Bildern/Haftung

1. Keystone weist darauf hin und der Kunde nimmt zur Kenntnis, dass Keystone den Kunden in jedem Fall nur ein Recht auf Verwendung der Bilder einräumt. Diese Einschränkung gilt insbesondere für Bildvorlagen, die vom Bildinhalt her weiteren Urheberrechten und/oder anderen Persönlichkeitsrechten unterliegen (z.B. Abbildungen von Kunstwerken, Personen usw.). Der Kunde ist verpflichtet, die entsprechenden Rechte selber einzuholen, wobei ihn Keystone im Rahmen eines separaten schriftlichen Auftrags und gegen entsprechende Vergütung des Aufwandes unterstützen kann.
2. Der Kunde trägt in jedem Fall die volle Verantwortung für die Veröffentlichung bzw. Verbreitung eines Bildes. Keystone lehnt jede Haftung – insbesondere bei der Verletzung des Persönlichkeitsschutzes oder der Rechte Dritter – ab.