

# Urheberrechte im Internet

Ein Praxisleitfaden für die Online-Nutzung von urheberrechtlich geschützten Inhalten

von Rechtsanwältin Katja Chudoba

Stand: Juni 2016

## Inhaltsverzeichnis

I.	Welche Inhalte sind urheberrechtlich geschützt und was bedeutet das? .....	4
1.	Urheberrechtlich geschützte Werke .....	4
2.	Leistungsschutzrechte .....	5
3.	Was bedeutet es, wenn ein Inhalt urheberrechtlich geschützt ist? .....	5
II.	Die urheberrechtlichen Verwertungsrechte im Einzelnen.....	7
1.	das Vervielfältigungsrecht.....	7
a.	Gegenstand des Vervielfältigungsrechts und Beispiele .....	7
b.	Ausnahme: vorübergehende Vervielfältigungshandlungen (streamen, browsen ...)	9
c.	Ausnahme: Privater Gebrauch (nur für Privatpersonen relevant).....	9
2.	Das Verbreitungsrecht .....	10
3.	Das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung (Online-Veröffentlichungen).....	11
a.	Gegenstand des Rechts auf öffentlichen Zugänglichmachung und Beispiele .....	11
b.	Facebook-Profile sind im Zweifel immer öffentlich! .....	12
c.	Links und Embedded Content in der Regel keine öffentliche Zugänglichmachung .	13
4.	Das Bearbeitungsrecht .....	14
a.	Beispiele für Bearbeitungen .....	15
b.	Abgrenzung zur erlaubten freien Benutzung eines Werkes .....	15
5.	Richtigstellung einiger weit verbreiteter Missverständnisse.....	15
a.	ein fehlender Copyrightvermerk bedeutet nicht, dass das Werk frei nutzbar ist.....	16
b.	Die Beifügung einer Quellenangabe oder Urheberbenennung macht die Online-Veröffentlichung nicht legal .....	16
c.	ob eine Seite „kommerziell“ oder „nicht-kommerziell“ ist, spielt für die öffentliche Zugänglichmachung keine Rolle.....	16
III.	Der Erwerb von Nutzungsrechten (Lizenzen) und die Nutzung unter einer sog. freien Lizenz	17
1.	Die urheberrechtlichen Nutzungsrechte (Lizenzen).....	17
a.	Nutzungsrecht = Recht zu einer bestimmten Nutzungsart.....	18
b.	räumliche, zeitliche und inhaltliche Beschränkungen von Nutzungsrechten .....	18
c.	einfache und ausschließliche Nutzungsrechte.....	19
2.	Bei wem liegen die urheberrechtlichen Verwertungsrechte eigentlich? Wer darf Nutzungsrechte einräumen? .....	19

3. Erwerb von Stockfotos .....	20
a. für den Online-Bereich verfügbare Lizenzen .....	20
b. zeitliche Beschränkungen der Lizenzen .....	24
c. Verpflichtung zur Namensnennung? .....	25
4. Nutzung von Bildern unter Creative Commons Lizenzen .....	26
a. Die Grundbausteine der Creative Commons Lizenzen .....	26
b. Die verschiedenen Creative Commons Lizenzen .....	28
c. welche cc- Lizenzen sind für die Nutzung auf den Seiten eines Unternehmens geeignet? .....	29
d. Nützliches Tool: Der Lizenzhinweisgenerator .....	29

## **I. Welche Inhalte sind urheberrechtlich geschützt und was bedeutet das?**

Das Internet ist die weltweit größte Ansammlung von Inhalten. Manche von ihnen sind urheberrechtlich geschützt und können daher nicht frei genutzt werden. Hier gebe ich Ihnen einen kurzen Überblick, bei welchen Inhalten Sie für urheberrechtliche Fragestellungen sensibilisiert sein sollten.

### **1. Urheberrechtlich geschützte Werke**

Das Urheberrecht schützt Werke der Literatur, Wissenschaft und Kunst. Folgende Werkarten können urheberrechtlich geschützt sein:

- Sprachwerke, wie Schriftwerke, Reden und Computerprogramme;
- Musikwerke;
- pantomimische Werke und Choreographien
- Werke der bildenden Künste (z.B. Skulpturen, Gemälde, Installationen) und deren Entwürfe
- Architektur (Bauwerke und Entwürfe)
- Werke der angewandten Kunst und deren Entwürfe;
- Lichtbildwerke (künstlerische Fotografien) und ähnlich geschaffene Werke
- Filmwerke und ähnlich geschaffene Werke
- Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art, wie Zeichnungen, Pläne, Karten, Skizzen, Tabellen und plastische Darstellungen.

Voraussetzung für die Entstehung des Urheberrechtsschutzes ist stets das Vorliegen einer persönlichen geistigen Schöpfung. Eine persönliche geistige Schöpfung liegt vor, wenn das Werk den individuellen Geist des Urhebers zum Ausdruck bringt und sich durch seinen individuellen Gehalt von alltäglichen, routinemäßigen und rein handwerklichen Leistungsergebnissen unterscheidet.

Urheberrechtlichen Schutz genießen in aller Regel Fotos und Videos (sofern Fotos und Videos nicht besonders individuell sind, sind sie durch ein Leistungsschutzrecht geschützt, wie im Folgenden zu sehen), individuell geschriebene Texte, Stadtpläne und Landkarten, Musikdateien, oder künstlerische Grafiken.

Keinen urheberrechtlichen Schutz genießen in aller Regel einfache Gestaltungselemente und Layouts von Website, üblich gestaltete Icons, oder kürzere, nicht individuell geschriebene Texte.

## 2. Leistungsschutzrechte

Neben diesen schöpferischen Leistungen schützt das Urhebergesetz auch eine Reihe von anderen Leistungen, die zwar selbst nicht schöpferisch, in der Regel aber mit Investitionen oder mit dem Einsatz der eigenen Person verbunden sind. An diesen Leistungen entstehen keine Urheberrechte im klassischen Sinne, sondern sog. *Leistungsschutzrechte*. Leistungsschutzrechte bestehen z. B. an den folgenden Leistungsergebnissen:

- Lichtbilder (einfache Fotos)
- Darbietungen von Künstlern (z.B. Schauspieler, Sänger)
- Veranstaltungen von Darbietungen (Recht des Veranstalters)
- Tonträger (CDs, Schallplatten, Tonbänder)
- Funksendungen (Aufbereitung von Inhalten) von Sendeunternehmen
- verlegte Presseerzeugnisse
- Filmproduktionen (Recht des Filmproduzenten)
- Einfache Filme ohne schöpferischen Gehalt (sog. Laufbilder)
- Einfache Datenbanken (Sammlung und Anordnung der Inhalte)

## 3. Was bedeutet es, wenn ein Inhalt urheberrechtlich geschützt ist?

Wenn ein Werk urheberrechtlich geschützt ist, folgt daraus, dass sämtliche Rechte an dem betreffenden Werk ausschließlich dem Urheber vorbehalten sind. Dem Urheber steht das Recht zu, anderen Personen die Nutzung seines Werkes zu verbieten oder ihnen Rechte für bestimmte Nutzungshandlungen einzuräumen. Entsprechend den zahlreichen Möglichkeiten, auf welche Weise ein Werk genutzt werden kann, sind im Urheberrechtsgesetz (UrhG) verschiedene Verwertungsrechte definiert. Zu den für den Internetbereich wichtigsten Verwertungsrechten, die dem Urheber oder Leistungsschutzberechtigten vorbehalten sind, zählen:

- das Vervielfältigungsrecht
- das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung
- das Senderecht
- das Recht zur Verwertung von Bearbeitungen oder Umgestaltungen des Werkes

Ein zwar nicht internetspezifisches, da auf körperliche, nicht digitale Werkexemplare bezogenes, aber ein dennoch sehr wichtiges Verwertungsrecht ist das

- das Verbreitungsrecht.

Das Urheberrecht kennt noch weitere Verwertungsrechte, die im hiesigen Kontext der Internetnutzungen aber nicht relevant sind.

Nutzungshandlungen, die unter eines dieser urheberrechtlichen Verwertungsrechte fallen, sind ohne die Einräumung eines entsprechenden Nutzungsrechts verboten und können vom Urheber (bzw. dem Rechteinhaber) untersagt werden. Umgangssprachlich wird das Nutzungsrecht auch als Lizenz bezeichnet, das Einholen eines Nutzungsrechts dementsprechend als „Lizenzierung“. In diesem Skript verwende ich beide Begriffe – im theoretischen Teil den Begriff Nutzungsrecht, im praktischen Teil zur Lizenzierung von Inhalten eben diesen am Markt üblichen Begriff. Gemeint ist stets dasselbe, nämlich das Nutzungsrecht an einem urheberrechtlichen Verwertungsrecht.

Ausnahmen zu dem Grundsatz, dass urheberrechtlich geschützte Inhalte nur nach vorheriger Einholung eines Nutzungsrechts genutzt werden dürfen, können insoweit bestehen, als dass der Urheber bereits ein Nutzungsrecht an jedermann erteilt hat, indem er es unter einer sog. „freien Lizenz“ veröffentlicht hat. Darüber hinaus sieht das Urheberrecht einige (enge) Ausnahmetatbestände vor, wie z.B. das Recht auf Privatkopie. Auf die sog. „freien Lizenzen“ und auf die Privatkopie komme ich weiter unten noch im Einzelnen zu sprechen.

Im Folgenden werde ich auf die Verwertungsrechte des Urhebers im Detail eingehen, damit klar ist, welche Nutzungsvorgänge unter ein Verwertungsrecht fallen. Für das Verständnis meiner näheren Ausführungen über die einzelnen Verwertungsrechte des Urhebers sollten Sie sich stets folgendes vor Augen halten:

## Merken!



*Immer dann, wenn eine bestimmte Nutzungshandlung von einem urheberrechtlichen Verwertungsrecht erfasst ist, müssen zuvor die entsprechenden Nutzungsrechte („Lizenzen“) eingeholt werden. Anders ausgedrückt: Wer ein geschütztes Werk vervielfältigt, verbreitet, öffentlich zugänglich macht, etc., ohne zuvor die etwa erforderlichen Nutzungsrechte eingeholt zu werden, verletzt die Urheberrechte des Urhebers!*

Die für die jeweilige Nutzung erforderlichen Nutzungsrechte können entweder unmittelbar beim Urheber eingeholt werden, möglich ist auch der Erwerb eines Nutzungsrechts von einem Content-Anbieter, der die Rechte der Urheber zuvor erworben hat (z.B. Stockfoto Agenturen). Nutzungsrechte können auch dadurch erworben werden, dass man Inhalte unter einer sog. freien Lizenz nutzt und die entsprechenden Bedingungen einhält. Auch auf das Thema „Einholung von Nutzungsrechten“ werde ich noch genauer eingehen.

## II. Die urheberrechtlichen Verwertungsrechte im Einzelnen

### 1. das Vervielfältigungsrecht

Das Vervielfältigungsrecht ist das Recht, Kopien von einem Werk anzufertigen. Es ist das zentrale Verwertungsrecht des Urhebers, weswegen es im angelsächsischen Sprachraum auch synonym für das Urheberrecht verwendet wird: Copyright. Das © - Symbol, das üblicherweise für die Urheberrechtskennzeichnung („Copyrightvermerk“) verwendet wird, leitet sich von dem Begriff des Copyrights, also des Vervielfältigungsrechts, ab.

#### a. Gegenstand des Vervielfältigungsrechts und Beispiele

Unter Vervielfältigung ist jede Festlegung des Werkes, durch die das Werk erneut wahrnehmbar gemacht wird, zu verstehen. Dabei kommt es nicht darauf an, durch welches Verfahren und mit welchen Mitteln das Werk vervielfältigt wird, ob die Vervielfältigung in einer anderen Größe, einem anderen Format oder mit einem anderen Material vorgenommen wird. So kann z.B. ein Foto dadurch vervielfältigt werden, dass es fotokopiert oder abfotografiert wird, oder aber auch indem es in Öl abgemalt wird oder ein Bauwerk kann dadurch vervielfältigt werden, dass es als Miniaturausgabe durch Legosteine nachgebaut wird oder indem es fotografiert und als Postkarte gedruckt wird. Insbesondere auch digitale Festlegungen fallen unter den Begriff der Vervielfältigung, also sämtliche Maßnahmen, durch die eine neue Datei erzeugt wird, in der das Werk abgespeichert ist. Dadurch ergeben sich gerade im Bereich der elektronischen Datenverarbeitung, einschließlich der Nutzung im Internet, zahlreiche Nutzungshandlungen, die das dem Urheber vorbehaltene Vervielfältigungsrecht betreffen. Nachfolgend ein paar Beispiele für typische Vervielfältigungshandlungen im Bereich der elektronischen Datenverarbeitung und Onlinenutzung:

<b>Digitalisierung / Ein-scannen</b>	Bereits die Digitalisierung eines Werkes, also die Umsetzung in einen Binärcode, der durch einen Computer verarbeitet werden kann, führt zu einer Vervielfältigung, da neben der Originalversion eine digitale Version existiert.
--------------------------------------	---

<b>Screenshot</b>	Durch einen Screenshot wird ein Bildschirminhalt kopiert und in einer Datei oder Zwischenablage abgespeichert. Es handelt sich hierbei um eine Vervielfältigung des Bildschirminhalts.
<b>Formatumwandlung / Komprimierung</b>	Auch die Formatumwandlung oder Komprimierung eines digital abgespeicherten Werkes führt zu einer Vervielfältigung, da die komprimierte Datei zusätzlich zur Original-Datei angelegt wird, wenn sie nicht überschrieben wird. Zugleich liegt eine Bearbeitung des Originalwerks vor (zur Bearbeitung weiter unten).
<b>Speicherung auf einem Datenträger</b>	Durch jeden Speichervorgang wird eine Kopie des in einer Datei verkörperten Werkes erzeugt. Das Abspeichern einer Datei auf einer Festplatte, einem Memory Stick, einer CD-ROM, einer DVD stellt daher eine Vervielfältigungshandlung dar.
<b>Download</b>	Durch das Downloaden einer Datei wird diese auf der eigenen Festplatte oder zumindest im Arbeitsspeicher abgespeichert, sprich: vervielfältigt.
<b>Upload</b>	Durch das Uploaden einer Datei auf eine Website oder Plattform wird diese auf einen Serverrechner geladen, was ebenfalls mit einer Vervielfältigung einhergeht.
<b>Newsletter Versand und andere Datenübermittlungen</b>	Die Datenübermittlung an andere Internetteilnehmer – sei es via E-Mail, SMS oder durch Einstellen in ein Bulletin Board, ein Chatforum oder eine Newsgroup – ist mit einer Dateispeicherung im Medium eines Serverrechners verbunden und erfüllt daher auch den Begriff der Vervielfältigung.

## Gibt es Ausnahmen?



*Die vorstehende Auflistung macht deutlich, dass nahezu jeder Nutzungsvorgang eines digitalen Inhalts mit einem Vervielfältigungsvorgang einhergeht. Bedeutet dies nun, dass man jedes Mal eine Rechtsverletzung begeht, wenn man die betreffende Handlung ohne Erlaubnis des Urhebers vornimmt?*

Dies ist nicht unbedingt der Fall. So sind z.B. viele Vorgänge, bei denen es von vornherein nur zu sehr kurzfristigen Kopien im Arbeitsspeicher eines Computers kommt, freigestellt, einen bedeutenden Ausnahmetatbestand im Bereich des Vervielfältigungsrechts bildet vor allem die sog. Privatkopie. Auf beides will ich zum besseren Verständnis der Reichweite des urheberrechtlichen Vervielfältigungsrechts etwas näher eingehen:



### **b. Ausnahme: vorübergehende Vervielfältigungshandlungen (streamen, browsen ...)**

Bereits beim Abruf eines Werks im Internet finden zahlreiche Vervielfältigungsvorgänge statt, etwa wenn man sich ein Video auf YouTube ansieht, wenn man ein Dokument öffnet, sich einen Livestream anhört und sogar wenn man durch eine Website navigiert. Sämtliche aufgerufenen Informationen werden nämlich im Arbeitsspeicher des Computers geladen oder in einem Cache zwischengespeichert. Derartige Vervielfältigungsvorgänge fallen technisch durchaus unter den Wortlaut des § 16 UrhG. Das UrhG zielt aber nicht darauf ab, das bloße Betrachten, Lesen oder Hören eines Werkes zu unterbinden, sondern es soll dem Urheber nur aktive Nutzungen seines Werkes vorbehalten. Aus diesem Grund stellt das UrhG solche flüchtigen und begleitenden Vervielfältigungsvorgänge, die rein technisch bedingt sind, um ein Werk im Internet aufzurufen, frei. Das reine Streamen oder Browsen ist damit auch ohne eine Erlaubnis des jeweiligen Urhebers zulässig.

### **c. Ausnahme: Privater Gebrauch (nur für Privatpersonen relevant)**

Auch Vervielfältigungshandlungen, die ausschließlich dem privaten Gebrauch dienen, sind ohne Erlaubnis des Urhebers zulässig.

Dieser Ausnahmetatbestand wir für sämtliche Nutzungsvorgänge die öffentlichkeitsbezogen sind, oder die der Unternehmenswerbung dienen, nicht greifen. Da er aber für jeden Internetnutzer, der sich privat durchs Netz bewegt, sehr wichtig ist, möchte ich trotzdem kurz die Grundzüge der Privatkopie vorstellen.

Zum privaten Gebrauch darf man Fotos, Filme oder Musikdateien für sich selbst oder für nahestehende Personen vervielfältigen, sofern die Vorlage nicht offenkundig rechtswidrig ist. So kann man z.B. ein Foto aus einer Foto-Community, das einem persönlich gut gefällt, frei herunterladen und als Bildschirmhintergrund verwenden, oder ausdrucken und gerahmt an die Wand hängen oder seiner Mutter schenken. Auch darf man eine rechtmäßig erworbene Musikdatei an einen Freund weitergeben, damit er sie auf seinem eigenen Endgerät anhören kann. Anders wäre es allerdings, wenn man die Musikdatei illegal aus einem Filesharing-Netzwerk heruntergeladen hat, weil das Recht auf Privatkopie dann nicht mehr greift, wenn die Vorlage erkennbar rechtswidrig angeboten wird.

Zum privaten Gebrauch zählt auch das Teilen im privaten Kreise, also die Weitergabe an Freunde und Familienangehörige. Zu den Freunden zählen nur solche Personen, mit denen man tatsächlich persönlich verbunden ist. Nach der Rechtsprechung sind mehr als sieben Kopien nicht mehr unbedingt dem rein privaten Gebrauch zuzurechnen, was aber keine star-

re Grenze ist, sondern stets davon abhängt, mit wie vielen Personen man tatsächlich persönlich verbunden ist. Manche Leute können mit 20 Personen einen vertrauensvollen Umgang pflegen, während andere wiederum schon mit zwei persönlichen Kontakten an die Grenzen ihrer sozialen Kompetenzen stoßen.

Vom Recht zur Privatkopie sind einige Werkarten ausgenommen, nämlich Noten (diese darf man nur manuell abschreiben), ganze Bücher und Zeitschriften (auch diese darf man nur manuell abschreiben), Datenbanken, Computerprogramme, öffentliche Aufführungen, Vorträge und Vorführten (sog. Bootlegs sind stets verboten!), Pläne zu Bauwerken und Werken der Bildenden Kunst.

## 2. Das Verbreitungsrecht

Das Verbreitungsrecht betrifft das Inverkehrbringen oder Anbieten eines Werkes, bzw. von Vervielfältigungsstücken des Werkes in körperlicher Form, nicht in digitaler Form (das wären Vervielfältigungen). Das Verbreitungsrecht kann relevant werden für Onlineshops, die Produkte mit urheberrechtlich geschützten Werken vertreiben, oder für Unternehmen, die Werbematerialien in körperlicher Form versenden. Folgende Handlungen betreffen z.B. das Verbreitungsrecht:

Versand von Katalogen, in denen ein urheberrechtlich geschütztes Foto abgedruckt ist

Postwurfsendungen, in denen das Foto enthalten ist

Vertrieb von T-Shirts, die mit dem betreffenden Foto bedruckt sind



Beilegen eines bebilderten Werbeflyers in eine Warensendung

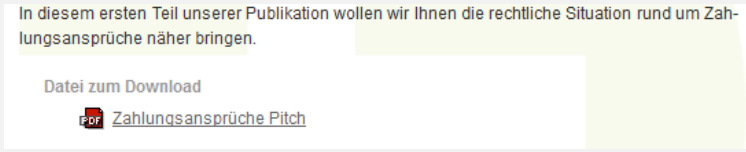
Die Weiterverbreitung eines Werks ohne Zustimmung des Urhebers ist nur dann zulässig, wenn das betreffende Werkstück mit Zustimmung des Urhebers innerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums bereits in Verkehr gebracht worden ist. Hat z.B. ein Fotograf ein von ihm angefertigtes Foto gerahmt und verkauft, darf der Käufer dieses Bild weiterverkaufen. Das Verbreitungsrecht des Fotografen hat sich an diesem Werkstück „erschöpft“. Dies gilt aber nur für das in Verkehr gebrachte Werkstück selbst, nicht für Kopien dieses Werkstückes. Lädt man also ein Foto von einer Website herunter und druckt es aus (= Kopie des Fotos), darf das ausgedruckte Foto nur dann an Dritte versendet werden, wenn man ein entsprechendes Nutzungsrecht vom Urheber erworben hat.

### 3. Das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung (Online-Veröffentlichungen)


#### a. Gegenstand des Rechts auf öffentlichen Zugänglichmachung und Beispiele

Das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung umfasst alle Nutzungshandlungen, mit denen ein Werk für den jederzeitigen Abruf durch die Öffentlichkeit bereitgestellt wird, so dass Mitglieder der Öffentlichkeit jederzeit und von jedem Ort aus auf das Werk zugreifen können. Dies betrifft vor allem Veröffentlichungen im Internet, wie z.B. die Einbindung eines Fotos in einer Website oder in einem Blog oder die Bereitstellung von Downloadmöglichkeiten. Zugänglich gemacht ist ein Werk bereits dann, wenn die abstrakte Möglichkeit besteht, dass das Werk abgerufen werden kann. Ob die Seite des Abrufs verlinkt oder für Suchmaschinen indiziert ist, spielt dabei genauso wenig eine Rolle wie der Umstand, ob der Zugang zu dem Werk oder die Möglichkeit des Abrufs kostenpflichtig ist oder nicht. Relevant ist nur, dass Mitglieder der Öffentlichkeit das betreffende Werk jederzeit abrufen können. Nachfolgend einige Beispiele für öffentliche Zugänglichmachungen:

<b>Bereitstellen auf Website / Blog</b>	<p>Auf Websites kann zu jeder Tages- und Nachtzeit von jedem Ort der Welt aus zugegriffen werden. Wer ein Foto in eine Website einbindet, macht dieses daher öffentlich zugänglich.</p>  <p>Eine Ausnahme kann bei passwortgeschützten Websites bestehen, wenn nur eine äußerst begrenzte Anzahl von Personen Zugang erhält.</p>
<b>Posten auf (Social Media-) Profilseiten</b>	<p>Für Social Media Profilseiten, deren Inhalte öffentlich einsehbar sind, gilt dasselbe wie für normale Websites, Blogs und Plattformen. Wer dort ein Bild oder Video postet, macht dies öffentlich zugänglich. Ist die Profilseite nicht öffentlich einsehbar, sondern dürfen nur „Freunde“ dort Einblick nehmen, kommt es für die Abgrenzung öffentlich / privat darauf an, wie die „Freunde“ zu qualifizieren sind. Privat ist die Profilseite nur dann, wenn man die „Freunde“ gut kennt und persönlich mit ihnen verbunden ist. Wer auf seiner Profilseite mit Personen vernetzt ist, die er selbst nur flüchtig kennt, öffnet seine Profilseite für die Öffentlichkeit.</p> 

<b>Bereitstellen im Intranet oder im Online-Mitgliederbereich</b>	Auch das Bereitstellen eines Werks im firmeneigenen Intranet oder in einem Online-Mitgliederbereich kann eine öffentliche Zugänglichmachung sein, wenn die Personen, die berechtigterweise auf das Werk zugreifen können, nicht persönlich miteinander verbunden sind.
<b>Anbieten von Datei-Downloads</b>	Das Anbieten von Datei-Downloads macht die in den Dateien abgespeicherten Inhalte ebenfalls öffentlich zugänglich, da es genügt, dass ein Werk zum interaktiven Abruf bereitgehalten wird. Der Inhalt muss nicht auf der Website selbst erscheinen.  
<b>Anbieten von On-Demand-Streaming / Podcasting</b>	Für die öffentliche Zugänglichmachung ist es nicht erforderlich, dass der Nutzer das Werk auf seinen eigenen Rechner herunterladen kann. Ein Video oder ein Podcast ist daher auch dann öffentlich zugänglich gemacht, wenn der Nutzer das Werk nur unmittelbar auf der Website anhören oder ansehen kann.
<b>Filesharing</b>	Wer eine Filesharing-Plattform nutzt, und den Zugriff auf die Festplatte seines Rechners zulässt, macht die dort abgespeicherten Dateien öffentlich zugänglich, da andere Nutzer nun weltweit auf diese zugreifen können.

## Abgrenzungsfragen

	<i>Das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung ist nur dann betroffen, wenn a) der Öffentlichkeit b) ein neuer Zugang zu dem Werk eröffnet wird. Abgrenzungsfragen können sich zum einen hinsichtlich des Begriffs der Öffentlichkeit ergeben und hinsichtlich der Frage, ob die betreffende Nutzungshandlung einen <u>neuen</u> Zugang zum Werk schafft, wenn man das Werk durch eine Linkverknüpfung einbettet.</i>
---	--

### **b. Facebook-Profil sind im Zweifel immer öffentlich!**

Eine Facebook-Profilseite wird nahezu ausnahmslos als öffentlich zu qualifizieren sein, selbst wenn man in seinen Einstellungen vorsieht, dass gepostete Inhalte nur von „Freunden“ gesehen werden können. In der Regel dürften bereits die eigenen Facebook-Freunde als Öffentlichkeit gelten, weil Facebook-„Freundschaften“ eher einen unverbindlichen Kontakt beinhalten, als persönliche Bindungen. Sobald man eine nicht nur geringfügige Anzahl von

„Freunden“ hat, ist der Begriff der Öffentlichkeit bereits erfüllt. Hinzu kommt, dass die „Freunde“ die geposteten Inhalte ihrerseits „teilen“ können, so dass sich der Inhalt bestimmungsgemäß weiter verbreitet. Selbst wenn ein „Freund“ den Inhalt nur „liked“ wird dieser für seine Kontakte einsehbar. Das Einstellen eines Fotos oder Videos auf Facebook ist daher genauso zu behandeln wie das Einstellen auf eine Website oder in einen Blog. Eine gewisse Besonderheit ergibt sich beim Teilen von Beiträgen anderer Facebook-Nutzer, was technisch gesehen eine Verlinkung zu einem bereits geposteten Beitrag ist, oder beim direkten Teilen von Links. Auch hier werden die Inhalte zwar der Öffentlichkeit zugänglich gemacht, es handelt sich allerdings in der Regel nicht um eine „erneute“ Zugänglichmachung, da man letztendlich nur auf einen bereits öffentlich zugänglich gemachten Inhalt verweist. Um diese Problematik dreht sich der folgende Punkt:

Eine Ausnahme mag hier wiederum bei geschlossenen Facebook-Gruppen bestehen, wenn sich technisch verhindern lässt, dass Mitglieder dieser Gruppe Inhalte mit ihren anderen Facebook-Kontakten teilen.

### **c. Links und Embedded Content in der Regel keine öffentliche Zugänglichmachung**

Keine (erneute) Öffnung eines Zugangs für die Öffentlichkeit liegt vor, wenn ein Werk bereits öffentlich zugänglich ist und zu der Fundstelle lediglich ein Link gesetzt wird. Nach der höchstrichterlichen Rechtsprechung hält der Verlinkende das Werk nicht selbst zum Abruf bereit, er übermittelt dieses auch nicht auf Abruf an Dritte. Nur derjenige, der das Werk selbst in das Internet eingestellt hat, entscheidet darüber, ob das Werk der Öffentlichkeit zugänglich bleibt. Der Link erleichtert lediglich das Auffinden eines bereits öffentlich zugänglich gemachten Werkes.

Die vorstehenden Grundsätze gelten nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) sogar dann, wenn der verlinkte Inhalt innerhalb eines Frames in der eigenen Website erscheint und für den Internetnutzer nicht erkennbar ist, dass er auf einen Inhalt zugreift, der tatsächlich auf einer anderen Website veröffentlicht worden ist. Man spricht in diesem Zusammenhang von „Frame-Links“, „Einframen“ oder „Embedded Content“. Der EuGH begründet seine Entscheidung mit dem Argument, dass das eingeframte (verlinkte) Werk nicht für ein neues Publikum wiedergegeben wird. Das Werk sei bereits durch die Veröffentlichung auf der ursprünglichen Website für alle Internetnutzer öffentlich zugänglich gemacht worden. Durch das Einframen würde der Kreis potentieller Adressaten somit nicht erweitert.

Die Einbindung von fremden Inhalte im Wege des Frame-Linking ist nach dieser Rechtsprechung nur dann als eigenständige öffentliche Zugänglichmachung der Inhalte anzusehen, wenn diese zuvor nur einem eingeschränkten Kreis von Internetnutzern zugänglich gemacht worden sind, wie es z.B. bei kostenpflichtigen Abonnements oder in geschlossenen Online-Communities der Fall ist. Nach der Rechtsprechung des BGH liegt auch dann eine eigenständige öffentliche Zugänglichmachung vor, wenn das eingeframte Werk ohne Zustimmung des Urhebers im Internet veröffentlicht worden ist, weil sich der eingeframte Inhalt in diesem Fall ein Publikum richtet, an das der Urheber selbst nicht gedacht hat.

Man kann also das dem Urheber vorbehaltene Recht der öffentlichen Zugänglichmachung nicht ohne weiteres umgehen, indem man das gewünschte Foto, das man auf einer anderen, frei zugänglichen Website entdeckt hat, durch einen Frame-Link in die eigene Website integriert, weil man sich niemals sicher sein kann, ob das Foto dort auch mit dem Willen des Urhebers öffentlich zugänglich gemacht worden ist.

Zu berücksichtigen ist auch, dass durch die Rechtsprechung noch nicht geklärt ist, ob das Einframen vielleicht unter anderen rechtlichen Gesichtspunkten unzulässig sein könnte. So könnte z.B. Recht des Urhebers auf Anerkennung der Urheberschaft verletzt werden, wenn der Urheber nicht aus dem eingebetteten Inhalt selbst erkennbar ist. Auch könnte das Einbetten eines fremden Werks irreführend sein, wenn die Art und Weise der Einbettung suggeriert, dass es sich um ein selbst angefertigtes Werk handelt. Irreführende Handlungen können wettbewerbsrechtlich angreifbar sein. Es ist daher eher davon abzuraten, ein Foto derart in die Website einzuframen, dass der Eindruck eines eigenen Werks entsteht.

#### **4. Das Bearbeitungsrecht**

Dem Urheber allein ist das Recht vorbehalten, Bearbeitungen und Umgestaltungen seines Werkes zu veröffentlichen und zu verwerten. Angenommen, der Urheber eines Fotos hat jemandem das Recht eingeräumt, dieses Foto in die eigene Website einzubinden (= öffentlich zugänglich zu machen): Verändert der Lizenznehmer das Foto nunmehr, bevor er es in die Website einbindet, z.B. indem er das Foto in eine Schwarz-Weiß-Fotografie umwandelt oder es grafisch bearbeitet, verletzt er hierdurch glasklar das Bearbeitungsrecht des Urhebers. Der Urheber allein darf derartige Bearbeitungen vornehmen oder anderen ein entsprechendes Recht einräumen.

Die Bearbeitung von urheberrechtlich geschützten Werken führt also nicht, wie häufig angenommen wird, aus der Urheberrechtverletzung hinaus, sondern unter Umständen geradewegs in diese hinein, bzw. verbösert eine von vornherein nicht erlaubte Nutzung.

#### **a. Beispiele für Bearbeitungen**

Die folgenden Beispiele zeigen, dass eigentlich alle optischen Anpassungen eines Bildes für den Gebrauch innerhalb der eigenen Website die vorherige Einholung eines entsprechenden Rechts erfordern. Hierauf sollte man bei der Lizenzierung also besonders achten. Die gängigen Stock-Foto-Lizenzen sehen ein Bearbeitungsrecht allerdings vor.

**Umwandlung von Farbe in Schwarz-Weiß**

**Veränderung des Bildausschnitts**

**Beschriftung von Bildern**

**Bildcomposings**

**Bildbearbeitung (Post Production)**

#### **b. Abgrenzung zur erlaubten freien Benutzung eines Werkes**

Anders verhält es sich bei der sog. *freien Benutzung* eines Werks, bei der das Originalwerk nicht lediglich umgestaltet wird, sondern allein als Anregung für ein komplett eigenständiges Werk dient, in dem die Züge des Ausgangs verblassen. Eine freie Benutzung liegt dann vor, wenn das Ausgangswerk in der Weise benutzt wird, dass ein neues, selbständiges Werk entsteht, das einen komplett anderen Gesamteindruck vermittelt, so dass die Züge des Ausgangswerks in dem neuen Werk verblassen. Soweit die Theorie – in der Praxis ist es meistens kaum möglich, eine zuverlässige Abgrenzung zwischen der freien Benutzung eines Werkes und der lizenzpflichtigen Bearbeitung zu unterscheiden. Es empfiehlt sich daher, die Bearbeitungsrechte in jedem nicht eindeutigen Fall einzuholen.

### **5. Richtigstellung einiger weit verbreiteter Missverständnisse**

Die Zeiten, dass das Internet völlig sorglos als „rechtsfreier Raum“ angesehen wird, dürften mittlerweile lange vorbei sein. Dennoch halten sich einige Missverständnisse im Bereich des Urheberrechts sehr hartnäckig. Da sie zu einem falschen Umgang mit urheberrechtlich geschützten Materialien führen können, möchte ich ein paar Worte zu diesen Punkten verlieren, auch wenn sie beim näheren Hinsehen trivial sind.

### **a. ein fehlender Copyrightvermerk bedeutet nicht, dass das Werk frei nutzbar ist**

Ein Foto oder ein anderes urheberrechtlich geschütztes Werk steht nicht erst dann unter Urheberschutz, wenn es mit einem Copyrightvermerk © oder mit einem anderen eindeutigen Hinweis darauf, dass der Urheber auf den Urheberschutz Wert legt, gekennzeichnet ist. Ein Werk genießt Urheberschutz sobald es geschaffen ist. Ein weiterer formeller Akt wie etwa eine Kennzeichnung oder eine Registrierung ist nicht erforderlich. Der Copyrightvermerk hat damit keine Auswirkung auf den Bestand des Urheberschutzes. Aus dem Fehlen eines Copyrightvermerks kann auch nicht darauf geschlossen werden, dass der Urheber auf seine urheberrechtlichen Befugnisse verzichtet hätte.

### **b. Die Beifügung einer Quellenangabe oder Urheberbenennung macht die Online-Veröffentlichung nicht legal**

Von Zeit zu Zeit trifft man auch auf die irrtümliche Annahme, dass man ein im Internet aufgefundenes Bild frei für den eigenen Internetauftritt verwenden kann, wenn man nur die Quelle oder den Namen des Urhebers angibt. Eine Quellenangabe oder Urheberbenennung beseitigt allerdings nicht den Tatbestand der öffentlichen Zugänglichmachung (oder Vervielfältigung) – ein Ladendiebstahl entfällt ja auch nicht, wenn man auf der Beute „geklaut bei Aldi“ vermerkt.

Eine Namensnennung (also die Nennung des Urhebers) kann sich allerdings lindernd auf einen eventuell zu zahlenden Schadensersatz auswirken, weil eine unterlassene Urheberbenennung zu einem spürbaren Aufschlag auf den Schadensersatz führen kann. Eine Quellenangabe (also die Angabe, aus welcher Quelle das Werk stammt) erfüllt diesen Zweck wiederum nicht. Sie kann nur die Nutzung eines Werkteils im Rahmen des Zitatrechts rechtfertigen, das im Rahmen dieses Fotorechtsguides aber keine Rolle spielt

Möglicherweise sieht auch der eine oder andere Urheber von einer Rechtsverfolgung ab, wenn er zumindest namentlich als Urheber benannt oder seine Website als Quellen angegeben wird. Die Urheberrechtsverletzung ist aber erst einmal gegeben und auf die Kulanz des Urhebers sollte man nicht unbedingt bauen.

### **c. ob eine Seite „kommerziell“ oder „nicht-kommerziell“ ist, spielt für die öffentliche Zugänglichmachung keine Rolle**

Für das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung ist übrigens nicht entscheidend, ob das Werk auf einer nicht kommerziellen oder auf einer kommerziellen Website veröffentlicht wird,



wobei die Begriffe „kommerziell“ und „nicht kommerziell“ auch keine rechtlichen Fachbegriffe sind. Das Recht differenziert im Bereich der öffentlichen Zugänglichmachung nur nach „öffentlich“ und „nicht öffentlich“. Das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung ist immer dann betroffen, wenn das Werk für eine unbestimmte Anzahl von Nutzern abrufbar ist. Auch die Veröffentlichung eines Bildes auf einem rein redaktionellen Blog über karitative, soziale oder politische Themen fällt damit unter das dem Urheber vorbehaltene Recht auf öffentliche Zugänglichmachung. Abgesehen davon, kann auch ein redaktionell gestalteter Blog kommerzieller Natur sein, etwa wenn er letztendlich dem Marketing für ein werbendes Unternehmen dient (z.B. zum Zwecke der Suchmaschinenoptimierung) oder bereits auch dann, wenn er kostenpflichtige Werbeanzeigen (z.B. Google Ads) schaltet.

Die Abgrenzung zwischen kommerzieller und nicht-kommerzieller Nutzung spielt allein in der Lizenzpraxis eine Rolle, weil viele Lizenzgeber ihre Lizenzvergabe nach diesen Kriterien ausrichten. Dies gilt vor allem für die sog. freien Lizenzen. Ich komme auf diesen Punkt noch einmal beim Thema „Einholung von Nutzungsrechten“ zu sprechen.

### **III. Der Erwerb von Nutzungsrechten (Lizenzen) und die Nutzung unter einer sog. freien Lizenz**

Im ersten Teil dieses Fotorechts-Guides ging es um die Frage, für welche Nutzungshandlungen ein Nutzungsrecht, umgangssprachlich auch Lizenz genannt, beim Rechteinhaber eingeholt werden muss. Dies ist, wie oben gesehen, immer dann der Fall, wenn eine bestimmte Nutzungshandlung (z.B. per E-Mail versenden), ein Verwertungsrecht des Urhebers betrifft (E-Mail-Versand fällt unter das Vervielfältigungsrecht und bedarf folglich eines entsprechenden Nutzungsrechts). In diesem Teil des Skripts geht es um die Nutzungsrechte selbst, wie sie definiert werden, in welchen unterschiedlichen Erscheinungsformen sie am Lizenzmarkt angeboten werden und wie man sie er und worauf man bei der Einholung achten muss.

#### **1. Die urheberrechtlichen Nutzungsrechte (Lizenzen)**

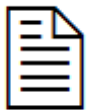
Ein Nutzungsrecht ist das Recht, das Werk auf bestimmte einzelne oder auf alle erdenklichen Nutzungsarten zu nutzen. Synonym hierzu wird sehr oft der Begriff „Lizenz“ verwendet. Es handelt sich hierbei um einen gängigen Begriff der Umgangssprache, während der Begriff „Nutzungsrecht“ der korrekte rechtstechnische Begriff ist. Ich verwende in diesem Skript beide Begriffe – den technischen Begriff des Nutzungsrechts für die rechtlichen Erläuterungen,

den gängigen Begriff der Lizenz bei der Darlegung der am Markt vorzufindenden Lizenzmodelle.

#### **a. Nutzungsrecht = Recht zu einer bestimmten Nutzungsart**

Während die Verwertungsrechte des Urhebers, die wir oben im ersten Abschnitt kennen gelernt haben, sehr abstrakt die grundlegenden Verwendungsformen für eine Werk beschreiben (öffentlich zugänglich machen, vervielfältigen, bearbeiten ...), ist ein Nutzungsrecht durch die konkrete Nutzungsart, also durch eine tatsächliche, klar umrissene Handlungsweise, wie das Werk genau genutzt werden soll, definiert (öffentliche Zugänglichmachung durch Einbindung eines Fotos in die Artikelbeschreibung eines Webshops, Vervielfältigung eines Fotos durch Newsletter Versand, Bearbeiten eines Fotos durch Zuschneiden ...).

Auf welche Art und Weise ein Werk genutzt werden darf, wie also das Nutzungsrecht im Einzelfall definiert werden soll, können die Vertragsparteien aufgrund der Vertragsfreiheit frei bestimmen. Ein Nutzungsrecht kann z.B. wie folgt definiert werden:



*Der Fotograf räumt der Kaiser & Sohn GmbH das einfache Nutzungsrecht ein, die von ihm angefertigte Fotografie „Familienfrühstück im Freien“ auf allen von ihr betriebenen Websites, insbesondere auf der Website für den Kaiser & Sohn Online Shop und auf der Website für den Kaiser & Sohn Blog, öffentlich zugänglich zu machen.*

#### **b. räumliche, zeitliche und inhaltliche Beschränkungen von Nutzungsrechten**

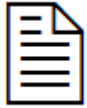
Den Parteien steht es ferner frei, das vereinbarte Nutzungsrecht räumlich, zeitlich oder inhaltlich zu beschränken.

Eine inhaltliche Beschränkung ist bei dem obigen Beispiel schon dadurch gegeben, dass das lizenzierte Foto nur auf den von Juwelo betriebenen Websites verwendet werden darf, nicht aber z.B. auf Sozial-Media-Seiten oder den Portalseiten von Drittanbietern. Das obige Nutzungsrecht ließe sich inhaltlich aber durchaus noch weiter beschränken, z.B. so (Beschränkungen unterstrichen):



*Der Fotograf räumt der Kaiser & Sohn GmbH das einfache Nutzungsrecht ein, die von ihm angefertigte Fotografie „Familienfrühstück im Freien“ auf allen von ihr betriebenen Websites, insbesondere auf der Website für den Kaiser & Sohn GmbH Online-Shop und auf der Website für den Kaiser & Sohn GmbH Blog öffentlich zugänglich zu machen; ausgenommen ist jedoch die Verwendung der Fotografie als Produktfoto.*

Eine räumliche Beschränkung ist bei internetbezogenen Nutzungsrechten natürlich kaum möglich, hier würde man eher eine inhaltliche Beschränkung hinsichtlich der angebotenen Sprachen vornehmen, z.B. so (Beschränkungen unterstrichen):



*Der Fotograf räumt der Kaiser & Sohn GmbH das einfache Nutzungsrecht ein, die von ihm angefertigte Fotografie „Familienfrühstück im Freien“ auf allen von ihr betriebenen deutschsprachigen Websites, insbesondere auf der Website für den Kaiser & Sohn GmbH Online-Shop und auf der Website für den Kaiser & Sohn GmbH Blog öffentlich zugänglich zu machen.*

### **c. einfache und ausschließliche Nutzungsrechte**

Ein Nutzungsrecht kann darüber hinaus als „einfaches“ oder als „ausschließliches Nutzungsrecht“ eingeräumt.

Das einfache Nutzungsrecht berechtigt den Lizenznehmer dazu, das Werk neben beliebig vielen anderen Lizenznehmern auf die erlaubte Nutzungsart zu nutzen. Ein einfaches Nutzungsrecht erwirbt man z.B. beim Kauf einer Standardsoftware oder bei der Lizenzierung von Stockfotos. Ein ausschließliches Nutzungsrecht ist ein exklusives Nutzungsrecht. Ausschließlich der Lizenznehmer ist in diesem Fall zur vereinbarten Nutzung des Werks berechtigt, andere Personen sind von der Nutzung ausgeschlossen – auch der Urheber selbst, wenn er sich nicht die eigene Nutzung vorbehalten hat. Der Inhaber eines ausschließlichen Nutzungsrechts hat die rechtliche Möglichkeit, Nutzungshandlungen durch unberechtigte Dritte rechtlich zu unterbinden. Weiterhin kann er seinerseits Nutzungsrechte an dem von ihm erworbenen Nutzungsrecht einräumen.

Ein ausschließliches Nutzungsrecht, würde dann, wenn wir bei dem Eingangsbeispiel bleiben, etwa wie folgt aussehen (Abwandlung für Exklusivität unterstrichen):



*Der Fotograf räumt der Kaiser & Sohn GmbH das ausschließliche Nutzungsrecht ein, die von ihm angefertigte Fotografie „Familienfrühstück im Freien“ auf allen von ihr betriebenen Websites, insbesondere auf der Website für den Kaiser & Sohn Online-Shop und auf der Website für den Kaiser & Sohn Blog öffentlich zugänglich zu machen.*

## **2. Bei wem liegen die urheberrechtlichen Verwertungsrechte eigentlich? Wer darf Nutzungsrechte einräumen?**

Da der Urheber weitläufig ausschließliche Nutzungsrechte an den ihm gesetzlich zustehenden Verwertungsrechten einräumen kann, liegen die erforderlichen Nutzungsrechte unter

Umständen gar nicht mehr beim Urheber selbst, sondern bei sog. Verwertern wie z.B. Bildagenturen oder Verlagen. Häufig übertragen Urheber ihre Rechte an einem Werk auch an eine Wahrnehmungsgesellschaft, wie z.B. die GEMA für musikalische Werke oder die VG Bildkunst im Bereich der Fotografie und der bildenden Künste. Sofern die Rechte an eine Wahrnehmungsgesellschaft oder an einen sonstigen Verwerter übertragen worden sind, können die Rechte nur noch von diesen erworben werden, nicht mehr vom Fotografen.

Mit dem Fotografen selbst wird man es zu tun haben, wenn es sich bei den Fotografien um Auftragsarbeiten handelt (z.B. Fotoshooting für die Präsentation der neuen Kollektion) oder wenn ausschließliche (exklusive) Nutzungsrechte gewünscht sind. Bei eher austauschbaren Bildern, die zur allgemeinen Illustration von PR- und Werbemitteln verwendet werden sollen, wird man eher auf wesentlich kostengünstigere Stockfotos zurückgreifen. Was hierbei zu beachten ist, werde ich im folgenden Abschnitt darlegen.

### **3. Erwerb von Stockfotos**

Bei Stockfotoagenturen, wie z.B. corbis images, fotolia oder iStock / Ghetty Images können Fotos quasi „von der Stange“ gekauft werden. Stock-Fotoagenturen lizenzieren die Nutzungsrechte an Fotos, die ihnen zuvor von den Fotografen eingeräumt worden sind. Die Einräumung der Nutzungsrechte erfolgt unter den standardisierten Lizenzbedingungen der jeweiligen Stockfotoagentur. Stockfotos werden stets als einfache (nicht exklusive) Nutzungsrechte lizenziert (Stangenware eben). Welche Nutzungsrechte von einer erworbenen Lizenz umfasst sind und ob diese Nutzungsrechte inhaltlich, zeitlich oder räumlich beschränkt werden, ist von Anbieter zu Anbieter unterschiedlich. Anhand der beispielhaften Stockfotoagenturen corbis images, fotolia und iStock / Ghetty Images möchte ich die grundlegenden Strukturen der verfügbaren Lizenzmodelle aufzeigen.

#### **a. für den Online-Bereich verfügbare Lizenzen**

##### **corbis images**

Corbis images bietet für den Bereich der Online-Nutzung drei Verschiedene Lizenzen an, die für die Nutzung in verschiedenen Online-Bereichen gelten:

- Nutzung auf einer Website oder wahlweise in einer E-Mail an bis zu 10.000 Adressaten
- Nutzung auf einer Social Media Plattform

- Nutzung in mobilen Anwendungen

Die erst genannte Lizenz steht wahlweise für den Erwerb eines Fotos von 400px oder von 640 px zur Verfügung und ist in beiden Fällen wie folgt definiert:

*Platzierung auf einer einzelnen Unternehmens- oder Werbe-Website ODER in einer einzelnen E-Mail zu werblichen Zwecken mit einer Verteilerliste von bis zu 10.000 ODER in einer Internetanzeige auf einer einzelnen Website. Andere Nutzungen finden Sie unter den Optionen für individuelle Lizenzen. Für Social-Media-Plattformen siehe: „Internet: Social Media“.*

**Bildpreis berechnen** LIZENZPFLICHTIG

42-58135534  
Standard

**SCHNELLE LIZENZIERUNG** **INDIVIDUELLE LIZENZIERUNG**

Werbung Online Verlagswesen

Webseite -ODER- E-Mail (400px) BIS ZU 3 MONATE ▾ 33,00

Es gilt eine der folgenden Lizenzierungen: Platzierung auf einer einzelnen Unternehmens- oder Werbe-Website ODER in einer einzelnen E-Mail zu werblichen Zwecken mit einer Verteilerliste von bis zu 10.000 ODER in einer Internetanzeige auf einer einzelnen Website. Andere Nutzungen finden Sie unter den Optionen für individuelle Lizenzen. Für Social-Media-Plattformen siehe: „Internet: Social Media“.

Webseite -ODER- E-Mail (640px) BIS ZU 3 MONATE ▾ 50,00

Internet: Social Media (einzelne Plattform) BIS ZU 1 JAHR ▾ 317,00

Mobile Anwendung 63,00

Was ist das Startdatum der Laufzeit?

[Einschränkungen anzeigen](#) **33,00 (EUR)**

Die Lizenz ist also in der Weise beschränkt, dass der Lizenznehmer das Foto nur auf einer von ihm betriebenen Website veröffentlichen oder das Foto stattdessen in eine E-Mail einbinden darf, die an bis zu 10.000 Adressaten versendet werden kann.

## Beispielsfall



Angenommen, die Kaiser & Sohn GmbH möchte bei corbis images ein Foto lizenzieren, das in den Webshop und in den Online-Blog eingebunden und darüber hinaus über Kundennewsletter verschickt werden soll. Welche Lizenz eignet sich? Wie viele Lizenzen werden benötigt?



Die richtige Lizenz wäre in diesem Fall die Online-Lizenz „Website ODER E-Mail“ (je nach gewünschter Größe des Fotos kann zwischen einer Lizenz für 400px und einer für 640px ausgewählt werden. Benötigt werden drei Lizenzen: eine für den Webshop, eine für den Blog und eine für einen einmaligen E-Mail-Versand. Sind mehr als 10.000 Kunden für den Newsletter registriert, müssen entsprechend weitere Lizenzen für jeweils 10.000 Adressaten erworben werden.

### fotolia

Fotolia hält eine sog. Standard Lizenz und eine sog. erweiterte Lizenz bereit. Die Standard Lizenz erlaubt bereits eine weitestgehend unbeschränkte Nutzung. So dürfen die lizenzierten Bilder unbegrenzt für Websites, Newsletter, Web-Banner, Blogs etc. verwendet werden dürfen.

Nach den fotolia-Lizenzbedingungen erlaubt die Standard Lizenz z.B. die folgenden Handlungen (für Unternehmen relevante unterstrichen):

- Geschäftliche und gewerbliche Zwecke
- Aus- und Weiterbildung
- Persönlicher Gebrauch
- Websites oder Blogs
- Druck- und digitale Medien wie Bücher, E-Bücher, Zeitungen, Zeitschriften und Newsletter
- Redaktionelle Zwecke
- Werbung
- Elektronische Publikationen
- Multimedia-Präsentationen
- Broschüren
- Prospekte
- Werbeposter, Grußkarten und Postkarten
- Digitale und webbasierte Werbung, einschließlich Web-Banner
- Verpackungen, Umhüllungen und Etiketten
- Kataloge
- Verkaufsfördernde und dekorative Zwecke
- Zurschaustellung in einem Büro, Ladengeschäft, Restaurant, Einkaufszentrum oder an einem anderen Ort, an dem Geschäfte geführt werden
- Verwendung und Zurschaustellung an privaten und öffentlichen Orten
- Visitenkarten, Briefkopf und Briefpapier
- Plakatwände und Beschilderungen
- Drucksachen
- Kunstwerke

- Computerprogramme und -anwendungen
- Marketingmaterial, das per Post, E-Mail, Fax oder anderweitig zugestellt wird bzw. an Verkaufsstellen ausliegt
- Covergestaltung für DVDs, CDs sowie Bücher und E-Bücher
- Verwendung an Messeständen und auf Vertriebskonferenzen
- Spielfilme, Filme, Videos, Fernsehprogramme und Theater
- Verwendung in anderen Urheberwerken
- Alle anderen zulässigen Zwecke, einschließlich des Rechts zu öffentlicher Zurschaustellung, Rundfunkübertragung, Streaming und Aufführung der Werke und des Rechts, die Werke zu verändern.

Die Standard Lizenz enthält lediglich für einige Nutzungshandlungen, wie z.B. die Einbindung in elektronische Dokumente, die Einbindung in Software und Applikationen oder die Herstellung eines Printprodukts eine zahlenmäßige Beschränkung auf bis zu 500.000 Kopien bereit, bei deren Überschreitung eine erweiterte Lizenz erworben werden müsste. Weiterhin ist es nach der Standard Lizenz nicht gestattet, das lizenzierte Bild als solches weiter zu vertreiben oder das Bild zu einem Produkt umzugestalten, das weiter vertrieben werden soll (z.B. Grußkarten, Kalender, bedruckte T-Shirts...).

## zurück zum Beispielsfall



*Angenommen, Juwelo TV möchte bei fotolia ein Foto lizenzieren, das in den Webshop und in den Online-Blog eingebunden und darüber hinaus über Kundennewsletter verschickt werden soll. Welche Lizenz eignet sich? Wie viele Lizenzen werden benötigt?*



*Hier würde eine einzige Standard Lizenz für alle beabsichtigten Nutzungen genügen.*

## iStock / Ghetty Images

Auch iStock bietet eine Standard Lizenz und eine erweiterte Lizenz an. Genauso wie bei Fotolia ist es unter der Standard Lizenz nicht gestattet, das lizenzierte Bild als solches oder in Form eines Produkts (z.B. Grußkarten, Kalender, bedruckte T-Shirts...). Bei der Herstellung von Printprodukten gibt es eine zahlenmäßige Begrenzung auf 500.000 Kopien.

Ansonsten gewährt die Standard Lizenz aber eine weitgehende Verwendung der Fotos. Die Fotos dürfen beliebig kopiert, verändert, bearbeitet oder veröffentlicht werden. Als beispielhafte Nutzungen, werden in der Standard Lizenz genannt:

- Websites
- Blog-Einträge
- Social Media

- Werbung
- Marketingkampagnen
- Unternehmenspräsentationen
- Zeitungen, Zeitschriften
- Bücher
- Film- und Fernsehproduktionen
- Web- und mobile Anwendungen
- Produktverpackungen.

## und wieder zurück zum Beispielsfall



Angenommen, Juwelo TV möchte bei fotolia ein Foto lizenzieren, das in den Webshop und in den Online-Blog eingebunden und darüber hinaus über Kundennewsletter verschickt werden soll. Welche Lizenz eignet sich? Wie viele Lizenzen werden benötigt?



Genauso wie bei Fotolia genügt eine Lizenz für alle beabsichtigten Nutzungen.

### b. zeitliche Beschränkungen der Lizenzen

Die Lizenzen von fotolia und iStock sind zeitlich unbeschränkt. Die Lizenzen von corbis images gelten nur für den Zeitraum, der beim Erwerb der Lizenz ausgewählt wird. Zur Verfügung stehen Nutzungszeiträume von 3 oder 6 Monaten oder bis zu einem Jahr.

● Webseite -ODER- E-Mail (400px)

Es gilt eine der folgenden Lizenzierungen: Platzierung auf einer einzelnen Unternehmens- oder Werbe-Website ODER in einer einzelnen E-Mail zu werblichen Zwecken mit einer Verteilerliste von bis zu 10.000 ODER in einer Internetanzeige auf einer einzelnen Website. Andere Nutzungen finden Sie unter den Optionen für individuelle Lizenzen. Für Social-Media-Plattformen siehe: „Internet: Social Media“.

Bis zu 3 Monate 1,00  
 Bis zu 6 Monate  
 Bis zu 1 Jahr

## beachte:



Bei den Corbis Online-Lizenzen müssen die gewählten Vertragslaufzeiten beachtet werden! Nach Ablauf der Laufzeit dürfen die Bilder nicht weiter verwendet werden.

Es empfiehlt sich daher, unmittelbar bei Erwerb der Bildlizenz die Frist für das Ende der Laufzeit zu notieren.



### c. Verpflichtung zur Namensnennung?

Teilweise verpflichten die Lizenzbedingungen der Stock-Anbieter zu einer Benennung des Fotografen, bzw. der Agentur.

#### **corbis**

Corbis verlangt von seinem Lizenznehmern eine Namensnennung nach dem folgenden Schema:

© *Name des Fotografen / Corbis.*

Die Namensnennung soll laut den Lizenzbedingungen in „branchenüblicher“ und „angemessener“ Weise geschehen. Leider gibt es keine zuverlässige Regel dafür, was „branchenüblich“ und was „angemessen“ ist. Bei redaktionellen Nutzungen dürfte die Namensnennung direkt unterhalb des eingebundenen Fotos üblich sein, was aber auch nicht zwingend ist. Bei kommerziellen Nutzungen ist eine Namensnennung im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Bild wohl eher unüblich. Hier sollte ein Bildnachweis im Impressum der jeweiligen Website genügen, wobei auf das betreffende Bild durch einen Thumbnail, durch die URL oder durch eine verbale Beschreibung des Motivs Bezug genommen werden kann.

#### **fotolia**

fotolia verlangt bei redaktionellen Nutzungen von Bildern (z.B. für Zeitungsartikel) eine Namensnennung neben dem Bild oder auf einer referenzierten Seite, wobei das *Format* © *Name des Fotografen / Fotolia.com* verwendet werden soll. Bei Bildern, die zu kommerziellen Zwecken lizenziert werden, besteht keine grundsätzliche Pflicht zur Namensnennung. Die Nutzung von Bildern im Juwelo Webshop und im Juwelo Blog kann also ohne Namensnennung erfolgen.

#### **iStock / Ghetty Images**

Auch iStock verlangt für die Nutzung zu redaktionellen Zwecken (z.B. Zeitungsartikel) eine Namensnennung, stellt diese aber bei der Nutzung zu kommerziellen Zwecken frei. iStock-Fotos, die auf der Juwelo Website oder im Juwelo Blog verwendet werden, müssen also nicht mit einer Namensangabe versehen werden.

#### 4. Nutzung von Bildern unter Creative Commons Lizenzen

Creative Commons Lizenzen sind standardisierte Zusammenstellungen rechtlicher Bedingungen, die Urheber verwenden können, um ihre selbst geschaffenen Werke an jedermann zu lizenzieren. Im Gegensatz zu den üblichen Lizenzbedingungen der Stockfoto-Agenturen erlauben die Creative Commons Lizenzen eine kostenfreie Nutzung durch Jedermann – solange nur die Bestimmungen der jeweiligen Lizenz eingehalten werden.

##### a. Die Grundbausteine der Creative Commons Lizenzen

Die Creative Commons Lizenzen setzen sich aus vier grundlegenden Lizenz-Bausteinen zusammen. Jeder Lizenzbaustein enthält eine bestimmte Bedingung, die bei der Nutzung des Werks eingehalten werden muss. Jeder Lizenzbaustein wird durch ein Piktogramm und ein Buchstabenkürzel, das sich aus der englischsprachigen Bedeutung des Bausteins ableitet, symbolisiert, wie nachfolgend dargestellt:



**Attribution / Namensnennung**

Sofern das betreffende Bild mit dem vorstehend abgebildeten Piktogramm und dem Kürzel „BY“ versehen ist, darf das Bild nur unter der Bedingung der Namensnennung genutzt werden. Wird das Bild z.B. auf einer Website veröffentlicht, müssen folgende Angaben hinzugefügt werden:

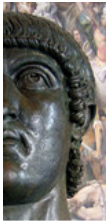
- Bezeichnung des Erstellers/Urhebers in der durch den Lizenzgeber verlangten Form (d.h.: Die Namensnennung aus dem Bild wird übernommen);
- einen Hinweis auf die CC-Lizenz
- einen Hinweis auf den in der CC-Lizenz vorgesehenen Haftungsausschluss (wird durch Verlinkung des Lizenztextes gewährleistet)
- soweit praktikabel: einen Link zum Ausgangswerk (kann z.B. mit dem Bildtitel verknüpft werden)

Die korrekte Namensnennung könnte z.B. wie folgt realisiert werden:



Anthony Majanlahti, [Constantin I](#), [CC BY 2.0](#)

Weiterhin verlangen die CC-Lizenzen, dass etwaige Änderungen, die an dem Bild vorgenommen worden sind, genau angegeben werden. Wurde das Bild z.B. zurechtgeschnitten, wäre ein entsprechender Hinweis erforderlich, z.B. so:



Anthony Majanlahti, Bildausschnitt geändert von Katja Chudoba, [Constantin I](#), [CC BY 2.0](#)

Über die Namensnennung hinaus kennt die CC BY – Lizenz keinerlei Beschränkungen. Die Bilder können also in jeder Form, auch für kommerzielle Zwecke verwendet und dürfen frei bearbeitet werden.

Der Lizenzbaustein Namensnennung / Attribution ist zwingend für jede CC-Lizenz vorgesehen, die Namensnennung muss also ausnahmslos immer erfolgen, wenn man ein Bild unter einer CC-Lizenz nutzt. Dies gilt auch für den Hinweis auf etwaig vorgenommene Änderungen. Die weiteren Lizenzbedingungen können optional, einzeln oder in Kombination, hinzutreten.



**NC**

**Non Commercial / Nicht kommerziell**

Sofern das betreffende Bild mit dem vorstehend abgebildeten Piktogramm und dem Kürzel „NC“ versehen ist, darf das Bild nur unter der Bedingung des nicht kommerziellen Gebrauchs genutzt werden.

Die Lizenzbedingung „non Commercial“ meint, dass das Bild nicht vorrangig zum Zweck eines geschäftlichen Vorteils oder einer geldwerte Vergütung genutzt werden darf. Hierzu reicht es aus, wenn die Nutzung zu PR- oder Werbezwecken erfolgt, auch wenn sie nicht unbedingt mit einem konkreten Kaufangebot im Zusammenhang steht. Auch die Nutzung eines Fotos im Rahmen eines informativen Blogs, der aber letztendlich dem Marketing eines

Unternehmens dient, wie z.B. der Juwelo-Blog, ist eine eindeutig kommerzielle Nutzung, genauso wie die Einbindung eines Fotos in einen Kundennewsletter, der der Pflege der Kundenbeziehungen dient und damit geschäftlich intendiert ist.

### *beachte:*



CC NC - Lizenzen, die auf den nichtkommerziellen Gebrauch beschränkt sind, sind für Unternehmen per se ungeeignet. Bilder, die unter dieser Lizenzbedingung lizenziert werden, können weder für eine Shop-Website noch für einen Blog oder einen Newsletter verwendet werden!



**No Derivatives / Keine Bearbeitung**

Sofern das betreffende Bild mit dem oben abgebildeten Piktogramm und dem Kürzel „ND“ versehen ist, darf das Bild nur in unbearbeiteter Form verwendet werden.

Sie gestattet ansonsten die kommerzielle sowie nicht-kommerzielle Verwendung, solange nur keine Veränderungen vorgenommen werden.



**Share alike / Weitergabe unter denselben Bedingungen**

Sofern das betreffende Bild mit dem oben abgebildeten Piktogramm und dem Kürzel „SA“ versehen ist, darf das Bild zwar in bearbeiteter Form verwendet werden, auch für kommerzielle Zwecke, die bearbeitete Version muss aber unter denselben Lizenzbedingungen weiter lizenziert werden, also ebenfalls unter der CC BY SA – Lizenz. Nicht möglich wäre es z.B. Dritten das bearbeitete Bild vorzuenthalten oder es unter der weiteren Bedingung des nicht-kommerziellen Gebrauchs weiterzugeben.

### **b. Die verschiedenen Creative Commons Lizenzen**

Aus den einzelnen Lizenzbausteinen, die ich im vorangegangenen Abschnitt vorgestellt habe, setzen sich die verschiedenen CC-Lizenzen wie folgt zusammen und sind wie folgt für Unternehmen geeignet oder ungeeignet:

Symbol	Inhalt der Lizenz	Für Unternehmen geeignet?
	Attribution / Namensnennung	
	Attribution / Namensnennung Share alike / Weitergabe unter denselben Bedingungen	
	Attribution / Namensnennung No Derivatives / Keine Bearbeitung	nur in unveränderter Form
	Attribution / Namensnennung Non Commercial / Nicht kommerziell	
	Attribution / Namensnennung Non Commercial / Nicht kommerziell Share alike / Weitergabe unter denselben Bedingungen	
	Attribution / Namensnennung Non Commercial / Nicht kommerziell No Derivatives / Keine Bearbeitung	

### c. welche cc- Lizenzen sind für die Nutzung auf den Seiten eines Unternehmens geeignet?

Wie bereits aus der vorstehenden Übersicht ersichtlich, sind sämtliche CC NC – Lizenzen, die auf den nicht kommerziellen Gebrauch zugeschnitten sind, für die Nutzung durch Unternehmen, sei es der Shop, der Blog, die Unternehmenswebsite oder ein Newsletter, ungeeignet. Die CC ND – Lizenz, die keine Veränderungen erlaubt, ansonsten aber keine weiteren Beschränkungen enthält, ist bedingt geeignet, nämlich wenn das Bild sich in unveränderter Form nutzen lässt. Uneingeschränkt geeignet sind die CC BY – Lizenz (nur Namensnennung) und die CC BY SA – Lizenz (Namensnennung und Weitergabe unter denselben Bedingungen).

### d. Nützliches Tool: Der Lizenzhinweisgenerator

Wie oben unter Ziff. II.4.a. beim Punkt „Lizenzbaustein Attribution / Namensnennung“ näher erläutert, dürfen Bilder, die unter einer CC-Lizenz lizenziert worden sind, nur verwendet werden, wenn eine Namensnennung erfolgt und auf die CC-Lizenz hingewiesen wird. Weiterhin müssen etwaige Änderungen kenntlich gemacht werden.

Unter der Domain [www.lizenzhinweisgenerator.de](http://www.lizenzhinweisgenerator.de) findet sich ein nützliches Tool, das den erforderlichen Lizenzhinweis für Bilder generiert, die unter Wikipedia oder Wikimedia veröffentlicht worden sind. Das Tool erfordert die Eingabe der URL zu dem betreffenden Bild und führt den Anwender durch einen kurzen Dialog für die beabsichtigte Verwendung.



Katja Chudoba 2016  
Karsten + Chudoba Rechtsanwälte  
[www.karsten-chudoba.de](http://www.karsten-chudoba.de)