

PRODUKTIONSSCHRITT FOTOGRAFIEREN

- 1 Personenfotografie Fotografierverbote:** Liegt ein gesetzliches oder privatrechtliches Fotografierverbot von Personen innerhalb bestimmter Räume und Grundstücke vor? Wie z. B. im **Gerichtssaal** (§ 169 GVG) oder kraft **Hausrecht** (§§ 858 ff, §903, § 1004 BGB) des Eigentümers, Mieters oder Veranstalters. Bildaufnahmen von **künstlerischen Aufführungen** bedürfen der Zustimmung der Künstler (§ 77 UrhG) und des Veranstalters (§ 81 UrhG). **Drohnen-Verordnung:** Generelles Aufsteigeverbot über Menschenansammlungen, Privatgrundstücke nur mit Zustimmung der Bewohner mit Kamera-Drohnen überfliegbar, § 21b Abs. 1 Nr. 7 Drohnen-Verordnung.
- 2 Personenfotografie Rechtsgrundlagen:** Rechtsgrundlage vorhanden? **Einwilligung** (Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO) oder **Modelvertrag** (Art. 6 Abs. 1 lit. b DSGVO) oder „**berechtigtes Interesse**“ (Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO) oder für **Behörden** „**öffentliches Interesse**“ (Art. 6 Abs. 1 lit. e DSGVO). **Informationspflichten erfüllt** (Art. 13 DSGVO)? Namen u. Adressen der **Verantwortlichen**, **Zweck der Datenverarbeitung** (Berichterstattung zur Öffentlichkeitsarbeit), **Art der Datenverarbeitung** (Erstellung, Speicherung, Bearbeitung und Veröffentlichung von Personenfotos), **Rechtsgrundlage für die Datenverarbeitung** (z. B. Art. 6 Abs. 1 Buchstabe f DSGVO), **Umfang der Datenverarbeitung** (z. B. Veröffentlichung auf der Unternehmenswebsite), **Weitergabe der Fotos** an Multiplikatoren (z. B. Zeitungsverlage und soziale Netzwerke) über die Betroffenenrechte (insbesondere **Widerspruchs- u. Widerrufsrechte**). Bestehen eventuell **Ausnahmen zur Informationspflicht** bei Fotos im „**berechtigten Interesse**“ oder „**öffentlichen Interesse**“? Dann, wenn es praktisch unmöglich ist, zu informieren. So z. B. bei unüberschaubarer Menschenmenge (Art. 11 Abs. 1 DSGVO, umstritten).
- 3 Sach- und Architekturfotografie:** Ist das Gebäude, der Gegenstand oder die Landschaftsgestaltung **urheberrechtlich geschützt**? **Ohne Zustimmung:** Panoramafreiheit (§ 59 UrhG), Beiwerk (§ 57 UrhG), Zitat (§ 51 UrhG). **Gegenstand mit Designschutz** (DesignG)? **Ohne Zustimmung:** Beiwerk analog UrhG (strittig), Zitatrecht; auch wenn zur Zubehörbewerbung notwendig gezeigt. **Fremdes Eigentum:** Eigentümer kann sich wehren, wenn die Sache mit Verwertungsabsicht innerhalb seines Grundstücks oder aus dem nicht-öffentlichen Raum heraus oder unter Überwindung von Sichtschutz zwecks Verwertung der Fotos fotografiert werden soll.

PRODUKTIONSSCHRITT EDITIEREN

- 4 Nutzungsrechte erwerben:** **Lizenz** für den jeweiligen **Verwendungszweck** des Fotos vom Urheber oder Berechtigten (z. B. Agentur) durch Rechtsgeschäft erworben? Einräumung aller spezifischen Nutzungen: Medium, Art, Umfang und Zeitdauer? **Prüfungspflicht**, ob die **zugesicherten Rechte** durch „Lieferanten“ (z. B. Agentur) tatsächlich rechtswirksam eingeräumt wurden = **Prüfung der Lizenzkette**. Regelungen getroffen zur Vergütung, zur Platzierung des Bildnachweises und zur **Weitergabe an Multiplikatoren** (Recht zur „Unterlizenzierung“ z. B. bei Pressemitteilungen und Sozialen Netzwerken) und zum Umfang der Bildbearbeitung?
- 5 Bildauswahl bei Personenfotos im Veröffentlichungszusammenhang:** **Einwilligung, Vertrag, „berechtigtes Interesse“ bzw. „öffentliches Interesse“** sind erneut vor Veröffentlichungen zu prüfen (siehe Checkpunkt 2). Sind die **konkret geplanten Verwendungszwecke und Reichweiten** (Soziale Netzwerke) tatsächlich durch eine Rechtsgrundlage entspr. DSGVO legitimiert? Insbesondere bei der erneuten Veröffentlichung von **Archivfotos**, die vor dem 25. Mai 2018 erstellt wurden, muss u. U. durch Einwilligung i. S. d. DSGVO „nachlegitimiert“ werden. Soll das Foto im „berechtigten Interesse“ oder „öffentlichen Interesse“ veröffentlicht werden, bestehen **Rechtsgüterabwägungen bzw. Verhältnismäßigkeitsprüfungen** (siehe www.nordbild.com/fotos-dsgvo-pressearbeit/). Fotos von **künstlerischen Aufführungen:** Zustimmung der Künstler (§ 77 UrhG) und des Veranstalters (§ 81 UrhG) erforderlich (Leistungsschutzrechte).
- 6 Bildauswahl bei Sachaufnahmen:** Urheberrechtlich und/oder im **Design** geschützte Sachen im Bild siehe Checkpunkt 3. **Fremdes Eigentum im Bild:** Wenn die Sache im Herrschaftsbereich (Grundstück) des Eigentümers aufgenommen wurde, kann er sich u. U. gegen die Nutzung des Fotos wehren (siehe Checkpunkt 3). **Fremde Markenzeichen im Bild:** Bei der Wiedergabe von Bild- Schrift- und Formmarken im „**geschäftlichen Verkehr**“ (z. B. Website des Unternehmens) Prüfung, ob der fremden Marke „zu nahe getreten“ wird (**Verwechslungsgefahren, Immagetransfer, Rufbeeinträchtigung**). Markenzeichen (z. B. Logos) genießen bis zu 70 Jahre nach dem Tode des Urhebers Urheberrechtsschutz. Der Inhaber der Marke (Unternehmen) kann sich daher auch aus seinem ihm vom Urheber eingeräumten „exklusiven“ Nutzungsrecht oder den übertragenen Nutzungsrechten gegen die Veröffentlichung wehren.

PRODUKTIONSSCHRITT PUBLIZIEREN

- 7 Bildnachweise erstellen:** Name des Fotografen erforderlich, § 13 UrhG. Außer bei ausdrücklichem Verzicht. **Namensnennung der Quelle** (z. B. Agentur) nach § 63 UrhG und Vereinbarung (z. B. AGB der jeweiligen Fotoagentur). Bestehen **keine Vereinbarungen**, ist der Nachweis direkt am Bild zu platzieren (sicherste Art), auch bei sehr kleinen Fotos (Teaser-Fotos zum Artikel). Die **AGB einiger Agenturen** verlangen bei Veröffentlichungen in sozialen Netzwerken den **Bildnachweis auf der Pixelebene** des Fotos zu erbringen. Hat das Foto **fremde Designs** zum Thema, sind auch deren Rechteinhaber im Bildnachweis zu nennen.
- 8 Soziale Netzwerke:** Urheberrechte: da mit dem Posting soziale Netzwerke Nutzungsrechte an den Fotos erwerben (AGB der Netzwerke), bedarf es bei fremden Fotos einer **Social Media Lizenz** (siehe Checkpunkt 4). **Personenfotos:** Die jeweilige Rechtsgrundlage (DSGVO) muss Veröffentlichungen in sozialen Netzwerken einschließen. Es reicht nicht, wenn sich z. B. eine Einwilligung nur auf „Internetveröffentlichungen“ bezieht. Beim „**berechtigten Interesse**“ oder „**öffentlichen Interesse**“ ist genau abzuwägen, ob die hohe **Reichweite, das Speichern auf einem Server Dritter ohne Zugriffsrechte und die Risiken der unkontrollierten Multiplikation** der personenbezogenen Berichterstattung über soziale Netzwerke zum jeweiligen Ereignis überhaupt **erforderlich** („berechtigtes Interesse“), bzw. **verhältnismäßig** („öffentliches Interesse“) ist. Einwilligungen u. U. unwirksam, wenn **Fürsorgepflichten** bestehen (z. B. minderjährige Auszubildende). **Linksetzungen (Framing) auf fremde Inhalte:** nicht auf Inhalte, die nicht allgemein zugänglich sind („Paywall“), nur auf Inhalte, die vom Berechtigten eingestellt wurden, Prüfungspflichten. **Druckfreigaben:** Da es häufig während der Produktion zur Erhöhung der Auflagen kommt, Überprüfung der urheberrechtlichen Lizenzen entsprechend der Vereinbarung zur Auflagenhöhe.

Vertiefend Erläuterungen zu den Check-Punkten unter www.nordbild.com/bildrechte-check/

Die Angaben wurden mit großer Sorgfalt auf dem Stand 25. Juli 2018 zusammengestellt. Dennoch übernehmen wir keine Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit.