

Bildrechte und Personenrechte

Ein paar Dinge über Bildrechte und Personenrechte solltest du wissen. Als Fachperson musst du eine gewisse Kompetenz haben, damit du auch deine Kunden richtig informieren kannst und Stolpersteine rechtzeitig aus dem Weg räumst. Werner Rolli hat einen sehr informativen Artikel in Fotointern publiziert, den ich hier vollständig wiedergebe:

Anmerkung: Am 1. April 2020 tritt das neue Urheberrecht in Kraft.

Mit dem revidierten Urheberrechtsgesetz (URG) führt die Schweiz den Lichtbildschutz für Fotografien ein. Der revidierte Art. 2 URG lautet: «Werke sind, unabhängig von ihrem Wert oder Zweck, geistige Schöpfungen der Literatur und Kunst, die individuellen Charakter haben. [...] Fotografische Wiedergaben und mit einem der Fotografie ähnlichen Verfahren hergestellte Wiedergaben dreidimensionaler Objekte gelten als Werke, auch wenn sie keinen individuellen Charakter haben.» <https://www.admin.ch/opc/de/federal-gazette/2019/6585.pdf>

Wo darf man fotografieren – wo nicht?

Ist Ihnen das auch schon passiert: Sie zücken die Kamera um etwas zu fotografieren und werden von einem Wachmann angeraunt, dass das Fotografieren hier grundsätzlich untersagt sei? Ist das so? Grundsätzlich darf alles fotografiert werden, was öffentlich zugänglich ist oder von öffentlichem Grund aus zu sehen ist ... («if you see it, you can shoot it»). Allerdings gibt es Ausnahmen, wie etwa militärische Anlagen. Es lohnt sich, vor einer Reise abzuklären, was im Gastland allenfalls heikel ist (Regierungsgebäude, Bahnhöfe, Flughäfen usw.). In US-Nationalparks beispielsweise darf man fotografieren soviel man will. Werden aber die Aufnahmen kommerziell verwertet, braucht man dazu eine Bewilligung.

Wird Privatgrund betreten, um die Aufnahme zu machen, ist dies problematisch. So kann z.B. in einer Ausstellung oder einem Park u.U. fotografiert werden, der Besitzer/Gastgeber kann das Fotografieren aber auch verbieten. Unter Privatgrund fallen auch Einkaufszentren, Bahnhöfe, die SBB, in Flugzeugen oder die Gelände von Sport- und Musikveranstaltungen, deshalb ist dort eine Bewilligung notwendig. In der Regel wird das Fotografieren aber geduldet, solange es sich nicht um kommerzielle Aufnahmen handelt (Erinnerungsbild, Selfie usw.). Eine Ausnahme stellt die redaktionelle Berichterstattung dar. Bildjournalisten melden sich beim Besitzer bzw. dem Veranstalter an, können sich ausweisen und haben in der Regel einen klaren Auftrag.

Bauwerke und Kunst im öffentlichen Raum

Bauwerke geniessen – zumindest in der Schweiz – keinen urheberrechtlichen Schutz und dürfen deshalb fotografiert werden (siehe Panoramafreiheit). Dies

gilt selbst dann, wenn das Bild kommerziell verwendet wird, z.B. auf einer Postkarte, Bildband oder einer touristischen Werbung. Selbst ein Firmensitz darf fotografiert werden, (z.B. Swisscom, UBS), aber das Gebäude selbst, bzw. das Firmenlogo, darf nicht für Werbezwecke missbraucht werden (Beispiel: Telefons-ex mit Swisscom-Logo).

Andere Länder, andere Sitten: Lange Zeit war es verboten, Bilder mit dem Eiffelturm (kommerziell) zu nutzen. Das Urheberrecht am Turm selbst ist unterdessen erloschen. Untersagt ist jedoch die Verwendung von Nachtaufnahmen (des Eiffelturms), weil die Lichtshow urheberrechtlich geschützt ist. Unter diese Sonderregelung fallen auch andere Gebäude, wie etwa das Chrysler Building in New York oder das Museum of Modern Art in Bilbao.

Die Panoramafreiheit ist eine in vielen Rechtsordnungen der Welt vorgesehene Einschränkung des Urheberrechts (von Künstlern / Architekten an ihrem Werk). Sie erlaubt, Gebäude oder auch eine bleibende Installation, die grundsätzlich urheberrechtlich geschützt, aber von öffentlichen Verkehrswegen aus zu sehen sind, bildlich wiederzugeben, ohne dafür die sonst erforderliche Genehmigung einholen zu müssen. Dies betrifft sowohl die Fotografie selbst wie auch ihre Veröffentlichung.

In der Schweiz dürfen Werke, die sich bleibend auf allgemein zugänglichem Grund befinden, frei abgebildet werden. Die Abbildung darf laut Gesetzestext «angeboten, veräussert, gesendet oder sonst wie verbreitet werden» (Art. 27 Abs. 1 URG – Werke auf allgemein zugänglichem Grund). Allerdings besagt Abs. 2, dass die Abbildung «nicht dreidimensional» (als Modell) und «auch nicht zum gleichen Zweck wie das Original» verwendet werden darf.

Innenräume

Innenräume gehören nicht zur Öffentlichkeit. Deshalb sind kommerzielle Aufnahmen von und in Innenräumen nicht automatisch, sondern meistens nur mit Bewilligung erlaubt. Zudem sind Kunstwerke urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht so fotografiert werden, dass sie originalgetreu reproduziert werden können. So untersagte ein US-Gericht, dem Fotografen Richard Prince die Verwertung von Aufnahmen des Fotografen Patrick Cariou, die er ohne Genehmigung benutzt und nur minimal verändert hatte. Richard Prince (der auch Ausschnitte aus Hannes Schmidts Marlboro Plakaten fotografiert und verkauft hat) hatte Kopien von Fotografien aus Cariou's Buch als Grundlage für seine Bilder eingesetzt, die er mit primitiven Schnitten, Farbe oder Collage-Elementen verfremdete. So steckte er einem Rasta-Mann im Wald eine E-Gitarre in die Hände und verpasste ihm mit kindlichen Kreisen ein maskenhaftes Gesicht.

Aufnahmen in Museen sind oft auch deshalb verboten, weil die Exponate (z.B. Ölgemälde), durch den Einsatz von Blitzlicht die Farbqualität beeinträchtigt werden könnte. Wird im Rahmen einer Berichterstattung fotografiert, ist das wiederum zulässig, allerdings wird man dann eher den/die Künstler mit ihren

Werken oder einen Blick in die Ausstellung zeigen (oft mit Publikum, das die Werke bewundert ...).

Ein Erinnerungsbild im Museum (wie dem Verkehrshaus in Luzern) ist in der Regel unbedenklich, solange sie nicht kommerziell verwertet wird. Für eine kommerzielle Verwertung ist ein Property Release notwendig.

Konzertaufnahmen namhafter Künstler unterliegen strengen Regeln. Wer die Show von Bruce Springsteen oder den Rolling Stones fotografieren will, muss vom Konzertveranstalter eine Bewilligung anfordern (Akkreditierung). Diese Aufnahmen dürfen lediglich im Zusammenhang mit der Berichterstattung publiziert werden. Eine kommerzielle Verwertung, z.B. als Poster, auf T-Shirts und Kaffeetassen, ist untersagt. In kleineren Klubs mit weniger bekannten Bands ist alles etwas einfacher. Trotzdem sollte man sich mit den Musikern absprechen und Bilder als Gegenleistung anbieten. Manchmal zeitigt das ganz überraschende Resultate (CD-Cover, Publikation im Ausland usw.). Klassische Konzerte und Theater dürfen in der Regel nur bei den Proben fotografiert werden, die Veranstalter laden dann zu sogenannten Stellproben. Hier geht es ganz klar auch darum, Publikum und Künstler während der Vorstellung nicht zu stören.

Personen, Porträts, Models

Kompliziert wird es, wenn Personen fotografiert werden. Hier gilt es unterschiedliche Rechte und Ansprüche zu beachten. Für die Arbeit mit Models braucht es klare Absprachen und Verträge (Model Release), welche den Zweck der Aufnahmen, die Entschädigung sowie den Publikationsanspruch (wie oft und in welchem Zusammenhang das Bild publiziert werden darf) und ähnliches enthalten. Bei minderjährigen Modellen braucht es die schriftliche Einwilligung der Eltern.

Grundsätzlich tritt ein Model, das sich gegen Entgelt fotografieren lässt, seine Rechte ab. Der Fotograf darf sich an diesen Aufnahmen aber nicht unverhältnismässig bereichern (z.B. TFP-Bilder für zigtausend Franken an eine Werbeagentur verkaufen ...) [TFP = «Time for Print», kostenloses Shooting mit Bilder als Gegenleistung]. Bei Aufnahmen für Firmenbroschüren, Geschäftsberichte usw. ist ein Model Release dringend zu empfehlen und zwar von Mitarbeitenden genauso wie von allfälligen Kunden.

Das Recht am eigenen Bild

In der Schweiz wird das Recht am eigenen Bild als Teil des allgemeinen Persönlichkeitsrechts verstanden und damit im ersten Teil des Zivilgesetzbuchs sowie im Bundesgesetz über den Datenschutz geregelt. Mit Entscheid vom 27. Mai 2010 erkannte das Schweizerische Bundesgericht, dass Name, Bild und Stimme nicht zum Kernbereich menschlicher Existenz gehören und dass das Recht am eigenen Bild (einschliesslich des Rechts an Bildern, die Handlungen darstellen, welche in die Intimsphäre eingreifen) daher Gegenstand verbindlicher vertraglicher Verpflichtungen sein kann. Daher wies es beispielsweise die Klage einer

Frau ab, die ihre vertraglich erteilte Einwilligung der Veröffentlichung pornografischer Bilder von ihr im Internet nicht mehr gelten lassen wollte.

Für die redaktionelle Berichterstattung wird in der Regel keine Einwilligung benötigt, insbesondere dann nicht, wenn an einer Veranstaltung fotografiert wird. Allerdings könnte es dann Probleme geben, 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 ist nicht zulässig (z.B. Unfallopfer, kompromittierende Situationen ...). Kinder geniessen höheren Schutz als Erwachsene (immer mit Eltern verhandeln). Prominente (Politiker, Künstler, Sportler usw.) können, wenn sie sich in der Öffentlichkeit aufhalten, fotografiert werden. Doch selbst hier gilt; dass die Privatsphäre gewahrt werden sollte (Prinzessin Caroline Urteil).

Street Photography

Mit der Street Photography betreten wir ein sehr heikles Territorium. Dieses Genre lebt davon, Strassenszenen so abzubilden, dass niemand bemerkt, dass er/sie fotografiert wurde. Die Bilder sollen das Leben ungekünstlet und ungeschminkt wiedergeben. Doch grundsätzlich gilt: Wer ein Foto veröffentlicht, auf dem eine Person eindeutig zu erkennen ist, braucht deren Einverständnis. Das stellt Fotografen, die sich auf die Strassenfotografie spezialisiert haben, vor besondere Herausforderungen. So wurde unlängst eine Aufnahme von Espen Eichhöfer (Agentur «Ostkreuz») aus einer Ausstellung im Ausstellungshaus «C/O Berlin» auf Begehren einer abgebildeten Dame entfernt. Sie sah durch die Aufnahme ihr Persönlichkeitsrecht verletzt. Das letztinstanzliche Urteil steht zur Zeit noch aus.

Andererseits hat ein Gericht in den USA zu Gunsten des Fotografen Philipp Lorca DiCorcia entschieden. Er hatte Passanten ohne deren Wissen in Nahaufnahmen fotografiert. Die Bilder wurden in einer renommierten Galerie gezeigt und zum Kauf angeboten. Dagegen wehrte sich Erno Nussenzweig, mit der Begründung, seine Privatsphäre und seine religiösen Gefühle seien missachtet worden. Ausserdem beweise der Verkauf der Bilder, dass der Fotograf kommerzielle Zwecke verfolgt habe. Das Gericht verneinte die Verletzung der Privatsphäre (die Aufnahmen entstanden am belebten Times Square), ebenso wie das Argument der religiösen Integrität. Schliesslich gestand das Gericht dem Fotografen zu, dass auch ein Künstler (der sich über Monate hinweg dieser Arbeit gewidmet hatte) irgendwie seinen Lebensunterhalt bestreiten muss. Die Aufnahmen wurden nicht zu Werbezwecke verwendet, sondern lediglich als künstlerisches Projekt angefertigt.

Wenn Menschen zufällig, als Beiwerk zu sehen sind (z.B. vor Sehenswürdigkeiten) ist das unbedenklich (Ausnahme: Werbekampagne). Versammlungen, Demos usw. sind ebenfalls problemlos. Wichtig ist aber, dass eine grosse Menge von Personen auf dem Bild das Gleiche tut – einzelne dürfen dabei nicht im Vordergrund stehen. Es gilt aber auch, dass das Einholen einer Zustimmung für den Fotografen zumutbar sein muss.

Copyright und Urheberrecht

Copyright ist das anglo-amerikanische Wort für 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.

In der Schweiz ist das nicht so einfach. Hier ist ein Werk dem Gesetz nach nur dann urheberrechtlich geschützt, wenn es unabhängig von seinem Wert oder Zweck eine geistige Schöpfung der Literatur oder Kunst darstellt, die individuellen Charakter hat. Der Urheber ist der Ersteller des Werkes, er darf über Art und Dauer einer Veröffentlichung verfügen. Wer sich in seinem Urheberrecht verletzt sieht, muss sich sein Recht vor Gericht erstreiten – mit ungewissem Ausgang, wie die Beispiele Max Messerli und Gisela Blau zeigen. [<https://www.nzz.ch/article9HCP1-1.230705>] und [<https://www.nzz.ch/article9ZK9C-1.334119>]

Sowohl bei einer Verwendung von Bildern in Drucksachen wie Flyern oder Broschüren, als auch bei der Veröffentlichung von Fotos im Internet gilt das Urheberrecht: Die Bilder gehören grundsätzlich dem Ersteller.

Das Urheberrecht gehört auch dem Ersteller, wenn dieser den Auslöser nicht selbst betätigt. So kann zum Beispiel im Rahmen eines Kunstprojekts eine Kamera fern- oder computergesteuert werden. Da der Künstler die Idee dazu hatte und wahrscheinlich auch die Kamera installiert und die Steuerung programmiert hat, kann er das Urheberrecht beanspruchen. Ähnlich verhält sich der Fall in einem Angestelltenverhältnis, wenn ein Mitarbeiter oder Assistent die Kamera bedient. Diese Fragen sollten aber unbedingt schriftlich festgehalten werden. Kauft eine Werbeagentur die Bilder (Buy Out) gilt das Nutzungsrecht als abgetreten. Der Fotograf kann das Bild nicht weiter verwenden, ausser zur Eigenwerbung in einem Portfolio.

Einfacher Lichtbildschutz

Neben dem Urheberrecht, das Kunstwerke schützt, kann Deutschland seit Jahrzehnten einen sogenannten Lichtbildschutz. Der Berufsverband Schweizer Berufsfotografen hat anlässlich der letzten Revision des Urheberrechts im Jahre 2007 versucht, den einfachen Lichtbildschutz auch in der Schweiz im Gesetz zu verankern. Das wurde leider – wie auch das Folgerecht – vom Parlament abgelehnt. Auf der positiven Seite hat das Parlament auch einen Produzentenartikel (automatische Abtretung des Urheberrechts an den Auftraggeber) abgelehnt.

Digitale Arbeiten

CGI (computergenerierte) Bilder fallen nicht automatisch unter das Urheberrecht im Sinne von Fotografien. Wer ein CGI-Bild schützen will, muss nachweisen können, dass es sich um eine eigenständige geistige Schöpfung handelt (Kunstbegriff). An Bildmontagen, bzw. digital bearbeiteten Bildern hingegen können u.U. eigene Rechte des Bildbearbeiters abgeleitet werden. Der Bildbearbeiter muss dann aber eigenständig arbeiten und nicht nur der verlängerte Arm des Fotografen sein.

Bilder im Web

Niemand darf für seine eigene Webseite oder Blogs und andere Publikationen wie Broschüren oder Zeitungen/Zeitschriften einfach via Google-Bildersuche Fotos auf die eigene Festplatte kopieren und diese dann verwenden. Mit der Information im Seitenbalken «Die Bilder sind möglicherweise urheberrechtlich geschützt» sichert sich Google rechtlich ab. Vom Urheberrecht ausgeschlossen ist der Eigengebrauch: Jedes (fremde) Bild darf beispielsweise als Poster in der eigenen Küche aufgehängt werden.

Der Kauf einer Lizenz ermöglicht die Verwendung eines Fotos. Bildagenturen wie Keystone, Getty Images oder istockphoto bieten Bilder zur Lizenzierung an. Mit einer Lizenz kauft man ein Bild aber nicht vollumfänglich, sondern lediglich ein gewisses Nutzungsrecht. Im Lizenzvertrag werden dazu Zweck, Dauer und Reichweite der Veröffentlichung definiert. Redaktionelle Bilder dürfen nicht für kommerzielle Zwecke genutzt werden. Sie können erkennbare Marken, Orte oder Personen enthalten, für die keine Freigaben vorliegen. Sie können für Blogs, Zeitungen, Zeitschriften und allen anderen nicht-werblichen Anwendungen genutzt werden.

Heikel ist das Posten von Aufnahmen, die im Auftrag angefertigt wurden, auf Facebook. Leider gibt es noch einen Präzedenzfall, kein Gerichtsurteil auf das man sich stützen könnte. Die Gesetze hinken der Entwicklung von Social Media hinterher. Im Zweifelsfall ist aber davon abzuraten, Bilder, deren Rechte nicht einwandfrei geklärt sind, auf Facebook, Twitter usw. zu publizieren.

Creative Commons

Mit «Creative Commons» können Urheber von Fotos, Videos, Musik, Texten, Gedichten, Kunstwerken usw. in wenigen Klicks Lizenzen für die Weiterverwendung ihrer Werke erstellen. Sie können selber bestimmen, unter welchen rechtlichen Bedingungen ihre Werke veröffentlicht und weiter verwendet werden dürfen. Nutzer wissen danach exakt, wofür und wie sie diese Werke benutzen bzw. Weiterverwenden dürfen oder eben nicht. Die Lizenzen sind einfach verständlich

und gratis. Symbole visualisieren die Lizenzen. Sie sind in über 60 Sprachen erhältlich und weltweit rechtsgültig.

Creative Commons Lizenzen unterstützen eine Kultur des Teilens und der Weiterentwicklung. So können Werke einfacher geteilt, verändert und wieder verwendet werden. Dazu verzichten Urheber auf gewisse Rechte und können mit ihren Werken trotzdem weiterhin Geld verdienen.

Nach dem Motto «some rights reserved» (einige Rechte vorbehalten) – stehen die Lizenzen als Konzept zwischen dem traditionellen Urheberrecht bzw. Copyright (all rights reserved) und dem Public Domain (PD). Weitergehende Infos unter: <http://www.creativecommons.ch/wie-funktioniert/>

Quellenangabe zwingend

Auch wenn Bilder von befreundeten Institutionen/Personen zur Verfügung gestellt werden, sollte die Publikation mit einer Quellenangabe und/oder Link versehen werden. «Bild: zVg» macht sich nicht wirklich gut.

Korrekterweise werden in der Regel Fotograf, Agentur und Quelle genannt, z.B. «Hans Muster, AFP, Keystone» oder «Hans Muster, Landwirtschaftsschule Musterstadt».

Bilder, die zur Verfügung gestellt werden, dürfen nicht weitergegeben werden. Bilder, für die ein Honorar bezahlt worden ist (oder eine Gebühr wie bei Bildern aus Agenturen/Websites), dürfen in der Regel nur einmal, in einer Publikation verwendet werden.

Werner Rolli

