

Das Recht auf Namensnennung

Fotografen haben nach dem Gesetz einen Anspruch darauf, bei einer Veröffentlichung ihrer Bilder als Urheber benannt zu werden. Manche Printmedien und insbesondere das Internet vermitteln allerdings den Eindruck, als sei die gesetzlich vorgesehene Regel eher die Ausnahme und die Urhebernennung ein seltenes Geschenk, das die Fotografen ausschließlich dem Wohlwollen ihrer Kunden zu verdanken haben. Es ist daher an der Zeit, die Verwerter von Fotografien nachdrücklich daran zu erinnern, dass sie prinzipiell dazu verpflichtet sind, bei jeder Bildveröffentlichung den Urheber des Bildes zu benennen. Wer die Nennungspflicht nicht beachtet, begeht eine Urheberrechtsverletzung und muss Schadensersatz zahlen.

Grundsätzlich hat jeder Fotograf ein Recht darauf, als Urheber der von ihm geschaffenen Bilder anerkannt zu werden (§ 13 Satz 1 UrhG). Er kann bestimmen, ob seine Bilder mit einer Urheberbezeichnung zu versehen sind und welche Bezeichnung zu verwenden ist (§ 13 Satz 2 UrhG). Das Recht auf Anerkennung der Urheberschaft und das Recht, die Urheberbezeichnung zu bestimmen, gehören zu den grundlegenden Persönlichkeitsrechten eines jeden Urhebers. Beide Rechte gewährleisten, dass die Verbindung des Urhebers mit seinem Werk nach außen dokumentiert wird und dass beispielsweise ein Foto jederzeit dem Fotografen zugeordnet werden kann, der es aufgenommen hat.

Die Urhebernennung dient zum einen dem Informationsinteresse des Betrachters, zum anderen aber auch den Interessen des Urhebers, der so für sich und sein Werk werben kann. Für einen Fotografen ist die Benennung als Bildurheber eine der wirksamsten Maßnahmen, um die Öffentlichkeit und potentielle Kunden auf sich aufmerksam zu machen und weitere Aufträge zu akquirieren. Dieser Werbeeffect wird ihm vorenthalten, wenn die Verwertung seiner Fotos ohne Namensnennung erfolgt.

Ein weiterer Vorteil der Urhebernennung besteht darin, dass damit die sogenannte Urhebervermutung begründet wird. Wer nämlich bei der Veröffentlichung eines Fotos als Urheber genannt wird oder auf dem Dia-Original als dessen Schöpfer bezeichnet ist, wird bis zum Beweis des Gegenteils als Urheber der Fotografie angesehen (§ 10 Abs. 1 UrhG). Er muss daher bei einer widerrechtlichen Nutzung seiner Arbeit nicht erst Beweise dafür vorlegen, dass er das betreffende Foto tatsächlich selbst aufgenommen hat. Stattdessen genügt der Nachweis, dass das Foto mit seinem Namen in Zeitungen, Zeitschriften oder Büchern erschienen ist, weil die Namensnennung eine Urhebervermutung zu seinen Gunsten begründet.

Angesichts der Vorteile, die mit der Urhebernennung verbunden sind, muss es verwundern, wie häufig Fotos in Druckwerken und im Internet ohne jeden Namenshinweis erscheinen. Zwar ist es prinzipiell möglich, dass ein Fotograf dem Verwerter gestattet, seine Bilder ohne einen Hinweis auf den Urheber zu publizieren. Es ist aber kaum anzunehmen, dass die zahlreichen Bildveröffentlichungen ohne Namensnennung auf Vereinbarungen mit den betreffenden Urhebern beruhen. Denn für die Fotografen besteht in der Regeln keine Veranlassung, freiwillig auf den Werbeeffect und die anderen Vorteile der Urhebernennung zu verzichten.

Tatsächlich berufen sich die Verwerter bei einer Wiedergabe von Fotos ohne Urheberbezeichnung auch nur selten auf die Zustimmung des Bildautors. Sie weisen meist auf eine Branchenübung, die es ihnen gestatte, Fotografien ohne

Hinweis auf den Bildurheber abzudrucken oder öffentlich wiederzugeben. Die angebliche Branchenübung ist allerdings in der Regel nichts anderes als eine weit verbreitete Unsitte, die sich nur deshalb durchsetzen konnte, weil sich die Fotografen in einer wirtschaftlich schwachen Position befinden und sich gegen die Verletzung ihres Rechts auf Anerkennung der Urheberschaft nur selten zur Wehr setzen. Solche Unsitten sind unbeachtlich. Sie können keine Rechtfertigung dafür bieten, den Namen des Bildurhebers bei der Bildwiedergabe einfach beiseite zu lassen. Die Fotografen sollten sich also nicht durch Hinweise auf vermeintliche Branchenübungen irritieren lassen. Sofern sie nicht vertraglich auf die Urheberrnennung verzichten, besteht für die Verwerter prinzipiell eine Nennungspflicht. Das gilt auch dann, wenn ein Foto beispielsweise für eine Werbeanzeige oder einen Werbeprospekt verwendet wird (LG München I ZUM-RD 1997, 249/253). Denn eine Branchenübung, derzufolge bei einem werblichen Einsatz keine Urheberrnennung erfolgt, gibt es nicht.

Die Urheberrnennung muss eindeutig sein. Das bedeutet aber nicht, dass der Name des Fotografen stets neben oder unter dem Bild abgedruckt werden muss. Es ist durchaus zulässig, den Namen im Anhang oder in einem gesonderten Bildquellennachweis aufzuführen, sofern nur eine eindeutige Zuordnung zu dem jeweiligen Bild erfolgt. Unzureichend ist dagegen ein Sammelnachweis, der die Namen mehrerer Urheber auflistet, ohne diese Namen den Bildern zuzuordnen (LG Düsseldorf GRUR 1993, 664; LG München I ZUM 1995, 57). Dasselbe gilt für Urheberrnennungen, die so klein wiedergegeben werden oder – z.B. auf einer Webseite – so schnell wieder verschwinden, dass sie kaum wahrnehmbar sind.

Wird ein Foto ohne jeden Urheberrnennungsnachweis oder mit einer falschen Urheberangabe veröffentlicht, ohne dass der Fotograf dem zugestimmt hat, liegt eine Urheberrechtsverletzung vor. Eine solche Rechtsverletzung berechtigt den Fotografen zur Geltendmachung von Unterlassungs- und Schadensersatzansprüchen. Zur Höhe des Schadensersatzes, der bei einer unterbliebenen Urheberrnennung zu leisten ist, gibt es inzwischen eine gefestigte Rechtsprechung. Meist gehen die Gerichte davon aus, dass der Urheber in solchen Fällen eine Zahlung verlangen kann, die der Höhe nach 100 Prozent des Lizenzhonorars entspricht, das für die jeweilige Bildnutzung üblich ist (LG Düsseldorf GRUR 1993, 664, LG Berlin ZUM 1998, 673/674; OLG Düsseldorf ZUM 1998, 668/673). Dieser Schadensersatz wird normalerweise auch in den Fällen zuerkannt, in denen die Bildveröffentlichung zwar nicht ohne jeden Urheberrnennungsnachweis, aber mit einer falschen Urheberrnennung erfolgt. Neuerdings gibt es allerdings Stimmen, die eine falsche Urheberrbezeichnung für schwerwiegender halten als eine fehlende Angabe zur Person des Urhebers. Dieser Rechtsmeinung zufolge soll die fälschliche Benennung einer anderen Person als Urheber mit einem doppelt so hohen Schadensersatz geahndet werden wie das gänzliche Fehlen einer Urheberrnennung (Spiekier GRUR 2006, 119/123 Fn. 52). Doch gibt es bisher noch keine Gerichtsentscheidung, die dem Urheber in einem solchen Fall einen Betrag in Höhe des zweifachen üblichen Lizenzhonorars auch tatsächlich zugesprochen hat.

Erschienen in ProfiFoto, Heft 05/2006