

LG München I: Schadensersatz wegen Kopien von Fotos auf Website

UrhG §§ 13 Satz 2, 15, 19a, 31 Abs. 1, 72 Abs. 1, 97 Abs. 2, 120 Abs. 2 Nr. 2, 121 Abs. 4
Urteil vom 18.9.2008 – 7 O 8506/07; rechtskräftig

Leitsätze der Redaktion

- 1. Werden Fotos englischer oder US-amerikanischer Fotografien auf einer deutschen Website verwendet, ist deutsches Urheberrecht anwendbar.**
- 2. Der Inhaber einer Website handelt fahrlässig, wenn er die von einem Webdesigner im Rahmen eines Website-Relaunch verwendeten Fotografien ohne eigene Überprüfung auf mögliche fremde Urheberrechte nutzt.**
- 3. Die angemessene Lizenzgebühr bemisst sich nach den Tarifen, die der Inhaber der Nutzungsrechte an den Fotografien verwendet.**
- 4. Bei unterlassener Nennung des Fotografen erhöht sich der Tarifbetrag um 100%. Dieser Betrag kann vom Inhaber der Nutzungsrechte im Wege der gewillkürten Prozessstandschaft geltend gemacht werden.**

Sachverhalt

Der spätere Kl. unterhält eine Internetpräsenz, auf der durch eine externe Webdesignerin sechs Bilder ohne Einwilligung für einen Zeitraum von zwei Jahren und drei Monaten veröffentlicht waren. Die Fotos wurden von vier englischen, einem US-amerikanischen und einem deutschen Urheber angefertigt und die ausschließlichen Nutzungsrechte an die bekannte Agentur *Getty Images* übertragen. Selbige verlangte für die öffentliche Zugänglichmachung Lizenzgebühren i.H.v. insgesamt € 5.230,-. Dies lehnte der Kl. ab und bot eine Lizenzgebühr von jeweils € 200,-. Als die Agentur ablehnte, erhob der Kl. negative Feststellungsklage mit dem Antrag der Feststellung, dass *Getty Images* (im Weiteren: die Bekl.) keine Zahlungsansprüche zustehen würden. Dagegen erhob die Bekl. ihrerseits Widerklage, mit der sie weiterhin den Gesamtbetrag von € 5.230,- zzgl. einer Verdoppelung für die fehlende Namensnennung der Fotografien begehrte.

Aus den Gründen

... **I.** Der Bekl. steht ein Schadensersatzanspruch i.H.v. € 5.230,- wegen Verletzung ihrer ausschließlichen Nutzungsrechte an den sechs Fotografien ... zu.

1. ... Das UrhG ist hinsichtlich der Fotografien Nr. 1 und 3 bis 5, die von den englischen Fotografen gemachten wurden, gem. § 120 Abs. 2 Nr. 2 UrhG anwendbar. Auch das von dem US-amerikanischen Fotografen gemachte Foto genießt Schutz nach dem deutschen UrhG, da die USA im Jahre 1989 der RBÜ beigetreten sind. ...

4. Die Nutzung der sechs streitgegenständlichen Fotografien auf der Homepage des Kl. verletzt die ausschließ-

lichen Nutzungsrechte der Bekl. (§§ 15, 19a UrhG). Dass der Kl. zur Nutzung der Fotografien im Rahmen seines Internetauftritts berechtigt gewesen wäre, macht er selbst nicht geltend. Da dem Kl. insoweit jedenfalls der Vorwurf der Fahrlässigkeit zu machen ist (§ 276 Abs. 2 BGB), hat er der Bekl. den durch die Rechtsverletzung entstandenen Schaden zu ersetzen (§ 97 Abs. 1 Satz 1 2. Hs. UrhG a.F. bzw. § 97 Abs. 2 Satz 1 UrhG n.F.). ... Denn unabhängig davon, dass es sich – wie bereits ausgeführt – bei den fraglichen Fotografien nicht um „Allerweltsfotografien“ handelt, wäre auch bei der Verwendung von „Allerweltsfotografien“ im Internetauftritt im Hinblick auf den in § 72 UrhG geregelten Lichtbildschutz eine Überprüfung erforderlich gewesen, ob die Erstellerin der neu gestalteten Seite die erforderlichen Nutzungsrechte eingeholt hat. ...

5. Die Bekl. kann ihren Schadensersatzanspruch, wie geschehen, nach den Grundsätzen der Lizenzanalogie berechnen. ... Bei der Bemessung der angemessenen Lizenzgebühr ist rein objektiv darauf abzustellen, was bei vertraglicher Einräumung ein vernünftiger Lizenzgeber gefordert und ein vernünftiger Lizenznehmer gewährt hätte, wenn beide die im Zeitpunkt der Entscheidung maßgebliche Sachlage gekannt hätten. ... Nach diesen Grundsätzen ist die Berechnung der angemessenen Vergütung nach den üblichen Tarifen, die der Kl. bei Einholung einer Nutzungserlaubnis bei der Bekl. zu entrichten gehabt hätte, nicht zu beanstanden. Ohne Erfolg macht der Kl. geltend, es könne nicht auf den Standardzeitraum einer Nutzung der Fotografien von drei Jahren abgestellt werden, sondern der Berechnung könne nur die tatsächliche Nutzungsdauer von 27 Monaten zu Grunde gelegt werden. Diese Sichtweise ... [widerspreche] der st. Rspr., wonach der Verletzer mit dem Argument, er habe das Werk nur in einem geringeren Umfang genutzt wie es einem vertraglichen Lizenznehmer möglich gewesen wäre (vgl. *BGH GRUR* 1990, 353, 355 unter 3 c) – Raubkopien; *BGH* 1990, 1008, 1009 – Lizenzanalogie), nicht durchdringen kann. ...

II. ... 2. Die Verwendung der sechs Fotografien auf der Homepage des Kl. ohne die Nennung der Fotografen verletzt deren Rechte aus § 13 Satz 2 UrhG. Den Fotografen steht daher ein Schadensersatz gem. § 97 Abs. 2 Satz 1 und 2 UrhG n.F. zu, der in Übereinstimmung mit der in der Instanzspr. überwiegend vertretenen Auffassung (vgl. die Nw. bei *Dreier/Schulze*, § 13 Rdnr. 35) mit einem 100%igen Zuschlag des üblichen Nutzungshonorars bemessen werden kann (§ 287 ZPO). ... [Bei einem derartigen Handeln] werden bei unterlassener Nennung des Urhebers nicht nur seine urheberpersönlichkeitsrechtlichen, sondern auch materielle Belange berührt, da die mit der Nennung seines Namens verbundene Werbewirkung nicht eingreifen und dem Urheber dadurch Folgeaufträge entgehen können ...

Anmerkung

Die Entscheidung aus München hat reichlich Staub aufgewirbelt, wie z.B. die mehr als 500 Postings zu einem entsprechenden Beitrag auf heise online zeigen.

1. Immer wieder hört man das Argument von Website-Betreibern, dass sie sich einer externen Webagentur oder eines Freelancers bedient haben, die ohne ihr Wissen urheberrechtlich geschützte Werke eingestellt haben, sodass eine Haftung ausscheidet. So auch im vorliegenden Fall. Dass dies nicht trägt, liegt auf der Hand. Für einen Urheber oder einen Rechteinhaber kann ausschließlich entscheidend sein, auf welcher Webpräsenz seine geschützten Werke veröffentlicht wurden. Bei anderer Sicht der Dinge wäre es regelmäßig unmöglich, Urheberrechtsverstöße im WWW zu ahnden. Die Inanspruchnahme stellt für die Site-Betreiber auch keine unzumutbare Beeinträchtigung dar. Zum einen können sie ihrerseits vollen Regress bei ihren Auftragnehmern nehmen. Zum anderen verfahren umsichtige Inhaber von Webpräsenzen bei der Einstellung neuer Inhalte durch Externe dergestalt, dass sie sich die einzelnen Nutzungsberechtigungen vom Auftragnehmer vorlegen lassen. Es entspricht der gängigen Praxis, dass alle neuen Elemente mit dem Auftraggeber abgesprochen und durch diesen freigegeben werden. Sich dabei die entsprechenden Verträge für den Inhalt vorlegen zu lassen, ist ein Leichtes.

2. Für absolutes Unverständnis sorgt in diesem Zusammenhang auch das Handeln der Beauftragten. Es kann nicht angehen, dass Webagenturen oder freiberuflich schaffende Designer nicht um die Grundzüge des Urheberrechts wissen. Aber auch soweit eine derartige Ausbildung nicht gegeben ist, muss schlichtweg jeder Kreative wissen, dass er sich nicht mit fremden Federn schmücken darf. Hinzu kommt ein Weiteres: Gerade bei Fotos für die Webpräsenz besteht auch aus ökonomischen Gesichtspunkten kein Anlass für unberechtigte Übernahmen. Es existieren zahlreiche Bildagenturen, die für schmales Geld Fotos in guter Auflösung mit allen erforderlichen Rechten anbieten.

3. Dass auch einfache Lichtbilder Schutz nach dem UrhG genießen, vermag durchaus manchen Abgemahnten verwundern, angesichts der klaren Aussage in § 72 UrhG beißt die Maus jedoch keinen Faden ab, dass auch derartige Werke nicht ohne Einwilligung online gestellt werden dürfen. Ob allerdings Knipsbildchen aus dem Urlaub oder

banale Produktabbildungen in Web-Shops regelmäßig einen Streitwert von € 7.500,- für die erste Urheberrechtsverletzung rechtfertigen, darüber kann man trefflich streiten. Indes gilt dies nicht für Bilder so renommierter Agenturen wie *Getty Images*, da selbige durchweg Ausdruck von Individualität und Kreativität sind.

4. Die juristische Musik spielt vorliegend in der Schadensersatzberechnung. Interessant sind dabei die Ausführungen zur Vergütung nach den Tarifen von *Getty Images* und des doppelten Schadensersatzes. Soweit die Parteien über die angemessene Lizenzgebühr streiten, wird diese häufig nach den Honorarempfehlungen der *Mittelstandsgesellschaft Foto-Marketing (MFM)* ermittelt (vgl. *LG Düsseldorf MMR 2009, 71 (Ls.)*). Dem ist das *LG München I* vorliegend aber nicht gefolgt und hat dem Antrag der Bekl. stattgegeben, die Lizenzgebührermittlung nach ihren eigenen Tarifen zu bestimmen. Dies ist interessengerecht. Bei den jährlich erscheinenden Empfehlungen der *MFM* handelt es sich gerade nur um Empfehlungen und nicht um mehr. Wer höherwertige Fotos auf seinem Webauftritt präsentieren will, der muss dafür auch tiefer in die Tasche greifen. In der Offline-Welt verhält es sich schließlich nicht anders. Wer seine Geschäftspartner mit einem Jeep beeindrucken will, muss dafür den entsprechenden Preis bezahlen. Gibt das Firmenbudget nur einen Golf her, dann ist das halt so. Auch die Verdoppelung des Schadensersatzes ist anzuerkennen (so auch das *LG Düsseldorf, a.a.O.*; a.A. *LG Kiel ZUM 2005, 81, 85*). Das *LG München I* hat maßgeblich auf den verloren gegangenen Werbeeffect und den möglichen Verlust von Folgeaufträgen abgestellt und ist dabei den Gegebenheiten des Faktischen gefolgt. Je häufiger ein Fotograf namentlich genannt wird, desto mehr steigt sein Bekanntheitsgrad und desto häufiger wird er von Dritten gebucht. Ein Beispiel: Ein freischaffender Fotograf, der namentlich in *SPIEGEL Online* genannt wird, kann mit Fug und Recht einen höheren Tagssatz für seine Arbeit berechnen, als ein Kollege, der für ein Gratisblättchen die dortigen Anzeigenkunden für PR-Artikel fotografiert.

RA Noogie C. Kaufmann, Master of Arts,
Kanzlei Dr. Bahr, Hamburg.