

Nutzung von Auftragsbildern und „Zweitschüssen“ durch den Fotografen

Professionelle Fotografen stehen immer wieder vor der Frage, ob sie die Bilder, die sie im Auftrag eines Kunden aufgenommen haben, noch anderweitig nutzen dürfen. Ist es ihnen beispielsweise erlaubt, solche Bilder für die Eigenwerbung zu verwenden? Können die Fotos nach Ablauf der vereinbarten Nutzungsfrist anderen Interessenten zur Zweitverwertung überlassen werden? Und wie verhält es sich mit den „Zweitschüssen“, die bei demselben Shooting entstehen, aber aussortiert und nicht an den Kunden weitergegeben werden: Dürfen solche Aufnahmen von dem Fotografen frei verwertet werden oder kann der Kunde die Nutzung unterbinden?

Stellt man diese Fragen einem Juristen, dann lautet die Antwort: Es kommt darauf an. Zunächst einmal kommt es darauf an, welchen Vertrag der Fotograf mit dem Kunden abgeschlossen hat. Wenn in dem Vertrag vereinbart wurde, dass der Auftraggeber ein exklusives Nutzungsrecht für sämtliche Nutzungsarten ohne jede zeitliche oder räumliche Beschränkung erhält, darf der Fotograf das Bildmaterial weder selbst nutzen noch an Dritte zur (Zweit-)Nutzung weitergeben. Selbst die Nutzung für die Eigenwerbung ist dann unzulässig, falls sich der Fotograf diese Form der Nutzung in dem Vertrag nicht ausdrücklich vorbehalten hat.

In den Fällen, in denen der Kunde die Nutzungsrechte zwar exklusiv, aber nur für bestimmte Nutzungsarten (z.B. Anzeige, Plakat) bzw. zeitlich befristet (z.B. für ein Jahr) oder geographisch beschränkt (z.B. Nutzung nur in Deutschland) erworben hat, sind zwar die urheberrechtlichen „Fesseln“ des Fotografen etwas gelockert. Doch sind damit keineswegs alle Hindernisse für eine Eigen- oder Zweitnutzung aus dem Weg geräumt. Denn ein Fotograf hat nicht nur die Beschränkungen des Urheberrechts, sondern auch die allgemeine Treupflicht zu beachten, die sich für ihn aus der Vertragsbeziehung mit dem Kunden ergibt. Diese Treupflicht besagt, dass der Auftragnehmer (Fotograf) alles zu unterlassen hat, was die ungestörte Nutzung seiner Bilder durch den Auftraggeber (Kunden) behindern oder beeinträchtigen könnte.

Wer beispielsweise ein Foto, das sein Kunde für eine Anzeigenkampagne bestellt hat, für die Eigenwerbung auf der eigenen Homepage verwendet, mag dazu nach den Regeln des Urheberrechts zwar berechtigt sein. Denn der Kunde hat die Nutzungsrechte nur für die Anzeigenschaltung erworben. Wenn aber durch die Verwendung des Bildes auf der Homepage des Fotografen der besondere Werbeeffekt zunichte gemacht wird, den sich der Kunde von der erstmaligen Veröffentlichung des Fotos im Rahmen der Anzeigenkampagne versprochen hat, dann verstößt der Fotograf mit der Internetnutzung gegen seine vertragliche Treupflicht gegenüber dem Auftraggeber.

Es empfiehlt sich daher, vor jeder Verwendung von Auftragsbildern für die Eigenwerbung und vor einer Weitergabe solcher Bilder an Dritte nicht nur die urheberrechtliche Zulässigkeit dieser Nutzung zu prüfen, sondern auch darauf zu achten, dass die geplante Eigen- bzw. Zweitnutzung nicht dem Interesse des Auftraggebers an einer ungestörten Nutzung der betreffenden Fotos zuwiderläuft und als Verletzung der vertraglichen Treupflicht ausgelegt werden kann. Im Zweifel sollte man vorab mit dem Auftraggeber klären, ob er die anderweitige Nutzung akzeptiert oder damit eventuell ein Problem hat.

Die Frage, ob die Eigen- oder Zweitnutzung von Auftragsbildern mit der Treupflicht kollidiert, stellt sich vor allem dann, wenn diese Verwertung zwar in einer anderen Nutzungsart, aber zeitlich parallel zu der Erstnutzung durch den Kunden stattfindet. Entspannter ist die Situation dagegen, wenn dem Kunden die Nutzungsrechte zeitlich befristet überlassen wurden und die anderweitige Verwertung erst nach Ablauf der Frist erfolgt, die der Fotograf dem Kunden für die Nutzung zugestanden hat. In einem solchen Fall ist ein Verstoß gegen die Treupflicht eher auszuschließen, da das Interesse des Kunden an einer ungestörten Nutzung mit Ablauf der vereinbarten Nutzungsdauer regelmäßig entfällt. Trotzdem sollte man auch bei dieser Sachlage vorsichtig sein, denn es sind durchaus Fälle denkbar, in denen die spätere Zweitverwertung die Erstnutzung rückwirkend entwertet, indem sie beispielsweise bestimmte Nachwirkungseffekte, die sich der Kunde von dem werblichen Einsatz eines besonders markanten Fotos erhofft hat, zunichte macht.

Bleibt noch die Frage zu klären, ob denn die bei einem Shooting entstandenen „Zweitschüsse“, die der Fotograf einbehalten hat, frei verwertet werden dürfen. Auch dazu lautet die Antwort: Das hängt von dem jeweiligen Vertrag bzw. davon ab, was die vertragliche Treupflicht im Einzelfall gebietet. Vielfach ist in den Verträgen ausdrücklich vorgesehen, dass der Fotograf das gesamte Bildmaterial einschließlich der „Zweitschüsse“ abzuliefern hat. Wer diese Regelung missachtet und einen Teil der Bilder zurückhält, um sie anderweitig zu verwerten, verhält sich vertragswidrig.

Aber auch in den Fällen, in denen der Fotograf lediglich eine Auswahl der besten Bilder bei seinem Auftraggeber abzuliefern hat, kann die anderweitige Verwertung der „Zweitschüsse“ unzulässig sein. Das ist insbesondere dann anzunehmen, wenn der Vertrag ein Wettbewerbsverbot enthält, das den Fotografen verpflichtet, während der Vertragsdauer keine ähnlichen Fotos bzw. keine Fotos desselben Motivs zu veröffentlichen oder Dritten zur Nutzung zu überlassen. Besteht ein solches Wettbewerbsverbot nicht, kann die anderweitige Nutzung von „Zweitschüssen“ trotzdem unzulässig sein, wenn dadurch die ungestörte Ausübung der Nutzungsrechte des Kunden beeinträchtigt wird. Dann gebietet es die allgemeine Treupflicht, dass der Fotograf die Verwertung der „Zweitschüsse“ unterlässt.

Erschienen in ProfiFoto, Heft 05/2004