



LANSKY,
GANZGER
+
partner

LGP RECHTSANWÄLTE / ATTORNEYS

Urheberrecht für PR & Werbung

Ausgewählte Themen mit dem Schwerpunkt

„Online und Veranstaltungen“

Wirtschaftskammer Wien

Fachgruppe

Werbung und Marktkommunikation

RA Dr. Gerald Ganzger

RA Mag. Katharina Raabe-Stuppniig

Wien, am 10.02.2020

Ablauf

1. Einführung in das Urheberrecht
2. Besonderheiten Fotos
3. Besonderheiten Sprachwerke
4. Rechte des Urhebers/Lichtbildherstellers
5. Wie können Werke kommerziell genutzt werden?
6. Ausnahme freie Werknutzung
7. Das Recht des Abgebildeten
8. Foto- und Videoaufnahmen auf Veranstaltungen

1. Allgemeines zum Urheberrecht

- Urheberrecht ieS – Schutzgegenstand ist das Werk
- verwandte Schutzrechte (Leistungsschutzrechte) – Rechte der ausübenden Künstler, der Produzenten usw.
- Urheberrecht hängt nicht mit körperlichem Eigentum an einer Sache zusammen
 - Schöne Oberösterreicherinnen - 4 Ob 115/04x: Eigentum an CD berechtigt nicht automatisch zur Veröffentlichung der Daten
- Schutzdauer (unverzichtbar) – 70 Jahre ab Todesjahr des Urhebers; Leistungsschutzrechte bei Lichtbildern 50 Jahre ab Erstveröffentlichung (§ 74 UrhG; Puppenfee II – 4 Ob 125/04t)
- Werk ist die persönliche geistige Schöpfung; geschützt werden Verwertungsarten & geistigen Interessen am Werk (§ 1 UrhG)

2. Was sind Fotos?

- zu Werken der bildenden Künste gehören auch Werke der Lichtbildkunst; Lichtbildwerke sind durch ein fotografisches oder durch ein der Fotografie ähnliches Verfahren hergestellte Werke (§§ 3, 73 UrhG)
- Anspruch an Werkhöhe seit Eurobike-Entscheidung sehr gering (4 Ob 179/01d; vgl auch Felsritzbild – 4 Ob 274/02a) => auch Amateurfotos (z.B. Privatfotos) genießen vollen Schutz!
- zu Lichtbildwerken zählen auch Digitalaufnahmen (vol.at – 4 Ob 15/00k) und Gebrauchsgrafiken (Baupläne – 4 Ob 127/00f)
- neben Werkschutz nach § 3 separater Lichtbildschutz nach § 73, der auch für Fotos gilt, die keine Werke iSd § 1 sind

Wichtig: Daraus folgt, dass alle Fotos (auch Schnappschüsse) rechtlichen Schutz genießen

3. Schutz von Sprachwerken

- Sind alle Werke, deren Ausdrucksmittel die Sprache ist
 - Alle Arten von Schriftwerken
 - Vorträge, Interviews, Reden
- Entscheidend ist, dass die Sprachwerke eine „eigentümliche geistige Schöpfung“ sind (der Text muss individuelle Züge des Verfassers aufweisen)
- Auch Werbeslogans können im Einzelfall urheberrechtlich geschützt sein
- Bei Werbeslogans empfiehlt es sich jedenfalls auch die Möglichkeit des Markenschutzes zu prüfen (Eintragung als Marke)
 - z.B. „Vorsprung durch Technik“

4. Was sind Verwertungsrechte

- vererbliche & veräußerliche Rechte des Urhebers bei Werknutzung (§ 14 Abs 1)
 - Bearbeitung (§§ 5, 14 Abs 2)
 - Vervielfältigung (§ 15)
 - Verbreitung (§ 16)
 - Vermieten und Verleihen (§ 16a)
 - Sendung (§§ 17 ff)
 - Vortrag, Aufführung und Vorführung (§ 18)
 - Öffentliche Zurverfügungstellung (§ 18a)
- Wichtig: Dritten können nur jene Rechte eingeräumt werden, über die man selber verfügt, da die Vereinbarung mit Urheber jede weitere Verwendung der Aufnahmen festlegt

5. Werknutzung

- Urheber kann einem Dritten einräumen:
 - Werknutzungsbewilligung (§ 24 Abs 1 1. S); diese kann sich auf alle oder auf einzelne Verwertungsarten beziehen
 - Werknutzungsrecht (§ 24 Abs 1 2. S); ein solches liegt dann vor, wenn ein ausschließliches Recht eingeräumt wird; Werknutzungsrechte sind vererblich und veräußerlich (§ 27)
- Art & Umfang der Berechtigung - festgelegt durch Vereinbarung
- Vereinbarung - auch mündlich oder konkludent geschlossen
- Vereinbarung regelt den Umfang der Rechte (in weiterer Folge können daher einem Dritten nicht mehr Rechte übertragen werden, als einem selbst eingeräumt wurde)

5. Werknutzung (Fortsetzung)

- Wichtig daher:
 - abklären von Art und Umfang der Nutzung
 - Beispiel: wenn nur einmalige Nutzung erlaubt wurde, beispielsweise für die Benutzung bei einer Werbekampagne, darf das Foto nicht für andere Zwecke verwendet werden
 - Der Urheber muss genannt werden, sodass eine *eindeutige Zuordnung* des genannten Urhebers zu seinem Werk hergestellt wird – konkrete Bezeichnung kann vereinbart und auch ganz abbedungen werden!
 - abklären, ob auch online genutzt werden darf
 - abklären, ob Verwendung auch für Werbung erlaubt ist!
 - im Zweifel will sich Urheber weniger belasten
 - bei Filmfirmen Bildverwendung oft nur für Promotion bei Anlaufen des Filmes gestattet, nicht für andere „Geschichten“

6. Freie Werknutzung

- als Ausnahmen von ausschließlichen Verwertungsrechten des Urhebers eng auszulegen
- Wesentliche freie Werknutzungsrechte:

6.1 Berichterstattung über Tagesereignisse

- Wenn bei einer Berichterstattung unvermeidbar auch urheberrechtlich geschützte Werke wahrnehmbar gemacht werden (z.B. Bericht über Ausstellungseröffnung)
- Tagesereignis ist ein Ereignis, das wegen seiner (zeitgeschichtlichen) Aktualität Interesse findet (z.B. Pressekonferenz)
 - aber: Ehekrise des Bundespräsidenten ist kein Tagesereignis (4 Ob 361/97k)
- erfasst sind nur Berichte über tatsächliche Begebenheiten (nicht Ankündigungen)
- begrenzt auf den für Informationszwecke notwendigen Umfang
 - daher ist es z.B. nicht mehr von der Berichterstattung über Tagesereignisse gedeckt, wenn bei einer Berichterstattung über das Wiederauftauchen von Natascha K., zur Illustration des Berichts, Fotos von ihr im Kindesalter veröffentlicht werden.

Wichtig: Die freie Werknutzung erfasst nicht die Berichterstattung über die Auseinandersetzung mit dem Werk, sondern lediglich die Berichterstattung über vom Werk verschiedene Ereignisse, in deren Verlauf auch ein urheberrechtlich geschütztes Werk wahrnehmbar wird. Auch Persönlichkeitsrechte bleiben unberührt.

6. Freie Werknutzung (Fortsetzung)

6.2 Zitatrecht („Faksimile“)

- Voraussetzung ist, dass ersichtlich gemacht wird, dass ein fremdes Werk verwendet und dessen Urheber genannt wird
- *„Zitierung ganzer Bilder ist im Interesse der geistigen Auseinandersetzung zulässig, wenn sie durch Zitatzweck geboten ist und der wirtschaftliche Wert des zitierten Werks (Lichtbilds) nicht in einer ins Gewicht fallenden Weise ausgehöhlt wird.“* (Schüssels Dornenkrone – 4 Ob 224/00w) => Einzelfallentscheidung!

6. Creative Commons

- Urheber gestattet die Veröffentlichung seiner Werke unter einer Creative Commons-Lizenz – es sind unbedingt die genauen Bedingungen zu beachten
- In der Regel gelten die Creative Commons-Lizenzen nur für die private bzw. nicht – kommerzielle Nutzung
- Unbedingt die Vorgaben des Urhebers, wie er genannt werden will, beachten; es droht sonst, dass die Nutzung zur Gänze unrechtmäßig ist.

7. Recht auf das eigene Bild (§ 78 UrhG)

- ist Persönlichkeitsrecht
 - Nicht das Eigenbild, sondern damit verknüpfte Interessen sind geschützt
 - Achtung: vererblich
- soll Personen vor ungewollter Veröffentlichung des eigenen Bildes schützen, wenn dadurch ihre berechtigten Interessen verletzt werden
- gilt auch für Prominente
 - Anderer Maßstab, weil durch die Bildnisveröffentlichung selbst ihre Interessen in aller Regel nicht beeinträchtigt werden
- stets kommt es auf die Umstände des Einzelfalles an

7. Recht auf das eigene Bild (§ 78 UrhG) – Fortsetzung

- Veröffentlichung zulässig, wenn kein negativer Konnex (z.B. Bildunterschrift) und keine kommerzielle Absicht (Werbung)
- **Daraus folgt, dass mit Prominenten, ohne deren Zustimmung, nicht geworben werden darf**
- Es darf aber, wenn ein Prominenter an einer Veranstaltung teilgenommen hat, natürlich über diese Veranstaltung berichtet werden. Die dort von Prominenten akquirierten Fotos dürfen aber dann nicht beispielsweise für eine Werbekampagne verwendet werden
- Diese Grundsätze gelten auch für „normale Menschen“. Jeder Mensch hat das Recht zu entscheiden, ob er mit seinem Bildnis Werbung machen möchte oder nicht.
- An und für sich „harmlose Fotos“ können durch die Bildunterschrift oder den begleitenden Text rechtswidrig werden

7. Recht auf das eigene Bild (§ 78 UrhG) – Fortsetzung

- Personen der Öffentlichkeit (z.B. Politiker, Celebrities) haben das Recht zu entscheiden, ob sie mit ihren Aufnahmen werben wollen
- wichtig daher:
 - immer Zustimmung des Abgebildeten einholen
 - aber: bei nachträglicher Änderung der Verhältnisse widerrufbar; auch bei Aufnahmen von Models
 - Rechte abtreten lassen
 - Kinder – verscannen!
- Es gibt auch im öffentlichen Raum einen geschützten Bereich der „Privatheit“ (z.B. Disco-Fotos von Natascha Kampusch)

7. Recht auf das eigene Bild (§ 78 UrhG) – Fortsetzung

- Diese Bestimmung ist durch das neue Datenschutzrecht nicht aufgehoben oder abgeändert worden. Gilt auch weiterhin angesichts des § 9 Datenschutzgesetz (DSG)
 - „Medienprivileg“
 - **6 Ob 152/19z:** § 78 UrhG und die DSGVO sind parallel anzuwenden, weil sie unterschiedliche Regelungsbereiche verfolgen und verschiedene Zwecke haben; § 78 UrhG regelt primär persönlichkeitsrechtliche und nicht datenschutzrechtliche Aspekte.

8. Foto- und Videoaufnahmen bei Veranstaltungen

- Die Anfertigung von Bild- und Tondokumenten, auf denen Personen zu sehen und zu hören sind, ist eine Datenverarbeitung
- Unterliegt somit der DSGVO
- Das Aushängen oder Aufstellen von Fotohinweisen erfüllt lediglich die Informationspflichten des Verantwortlichen und berechtigt nicht schon für sich allein zur Datenverarbeitung. Im ersten Schritt sind immer die (passenden) Rechtsgrundlagen für die geplanten Aufnahmen und Fotonutzungen zu prüfen.
- Die rechtmäßige Datenverarbeitung bedarf einer geeigneten Rechtsgrundlage

8. Foto- und Videoaufnahmen bei Veranstaltungen

- Bei Veranstaltungen ist die Rechtsgrundlage der Einwilligung nicht praktikabel; eine solche Einwilligung könnte auch jederzeit ohne Grund widerrufen werden
- Als Rechtsgrundlage bietet sich das berechtigte Interesse gemäß Artikel 6 Abs 1 lit f DSGVO an
- Nach § 12 Abs 2 Z 4 Datenschutzgesetz (DSG) ist eine Bildaufnahme zulässig, wenn „im Einzelfall überwiegende berechtigte Interessen des Verantwortlichen oder eines Dritten bestehen und die Verhältnismäßigkeit gegeben ist.“

8. Berechtigte Interessen

- Öffentlichkeitsarbeit
- Dokumentation und Darstellung der Tätigkeit des Veranstalters in der Öffentlichkeit
- Meinungsäußerungsfreiheit und Informationsfreiheit
- Teilnahme am Diskurs über gesellschaftlich relevante Themen etc.

u.a.

8. Information der Besucher/Teilnehmer +

- Erfüllung der Informationspflichten
- Hinweise bei Einladungen, Vorankündigung der Veranstaltung, das fotografiert und gefilmt wird
- Aushang bei der Veranstaltung selbst
- Information auf der Webseite des Veranstalters

8. Musteraushang bei Veranstaltung +

„Wir fertigen bei der heutigen Veranstaltung Fotos und Videos an, die wir im Rahmen unserer Öffentlichkeitsarbeit auf unserer Website, auf unseren Social-Media-Kanälen und in Printmedien veröffentlichen werden.

Wenn Sie entweder gar nicht oder nicht in einer bestimmten Situation aufgenommen werden wollen, teilen Sie das bitte dem Fotografen mit.

Wenn Sie irrtümlich aufgenommen worden sind, bitten Sie den Fotografen diese Aufnahme zu löschen.

Die umfassenden Datenschutzinformationen finden Sie unter [www....](#)“

- Auf der Webseite sollen dann die exakten Datenschutzinformationen samt Zweck der Verarbeitung, Dauer der Datenspeicherung und Hinweis auf das Widerspruchsrecht, veröffentlicht werden.
- Je nach räumlichen Gegebenheiten und Art der Veranstaltung können natürlich diese Informationen auch im Aushang (z.B. auf der Rückseite) zusätzlich zur Veröffentlichung im Internet mitgeteilt werden.
- Wenn ein DSB (Datenschutzbeauftragter) bestellt ist, sollten die Texte mit ihm abgestimmt werden!

Die Unterlagen zur Präsentation und
weitere Informationen finden Sie ab dem
12.02.2020 unter

<https://recht.werbungwien.at>

Siehe auch: **www.werbungwien.at**



RA Dr. Gerald
GANZGER

© LGP Rechtsanwälte

Managing Partner

- Seit Ende der 80er Jahre als Rechtsanwalt aktiv
- Schwerpunkte: Datenschutz, Wettbewerbsrecht, Medien, Konfliktlösung und Litigation PR
- Kunden: Glücksspielunternehmen, Gesundheit & Tourismus, Medien und Verlagshäuser, Telekommunikations- und Internetanbieter
- im Spitzenfeld namhafter Branchenrankings (Format/Trend, Chambers, Legal 500)
- Lektor an der Fachhochschule Wien für Medienrecht und Fachbeirat des European Brand Institute
- Autor für die Zeitschrift Horizont / Hotel & Tourismus: Medien- und IP-Recht sowie zu allen Fragen des Persönlichkeitsschutzes, einschließlich Datenschutz
- Delegato der ITKAM (Austrian Desk der Italienischen Handelskammer in Deutschland)
- In Wien und Bratislava als Rechtsanwalt zugelassen



Mag. Katharina
RAABE-STUPPNIG

© LGP Rechtsanwälte

Managing Partner

- Leitet die Praxisgruppe „Telekommunikation, Medien und Technologie“ (TMT)
- Spezialisierung: Medienrecht, Urheberrecht, Telekommunikationsrecht und auf Verfahren gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
- Schwerpunkte: Datenschutzrecht und Schutz von Persönlichkeitsrechten
- Klienten: Verlagshäuser, Privatsender, ein namhaftes Glücksspielunternehmen sowie ein Telekommunikationsunternehmen
- Lehrbeauftragte am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien
- Internationale Erfahrung beim Europäischen Parlament
- Sprachen: Deutsch, Englisch



LANSKY,
GANZGER
+
partner

LGP RECHTSANWÄLTE / ATTORNEYS

Kontakt

Dr. Gerald Ganzger
Managing Partner

Lansky, Ganzger & Partner
Rechtsanwälte GmbH

Biberstraße 5
1010 Wien

T: +43 1 533 33 30
E: ganzger@lansky.at
W: www.lansky.at