



URHEBERRECHT UND PRODUKTFOTOS

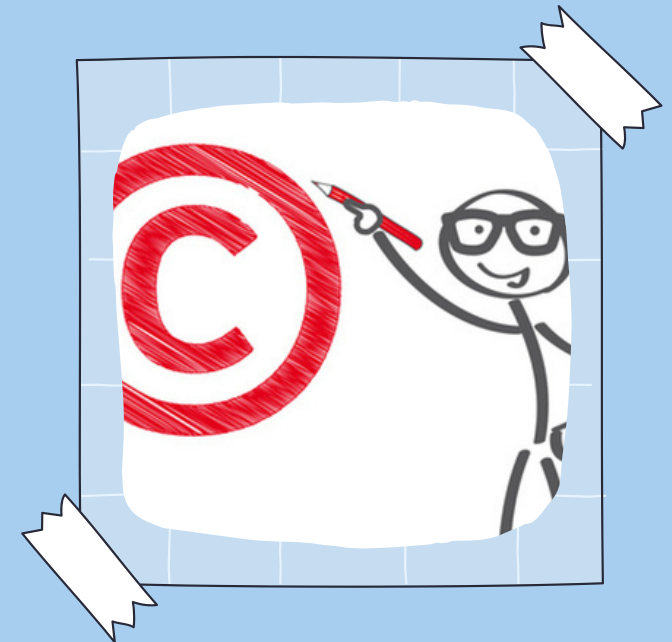
- DAS URHEBERRECHT SCHÜTZT WERKE WIE TEXTE, BILDER, FOTOS ODER MUSIK.
- URHEBER IST IMMER DIE PERSON, DIE DAS WERK ERSTELLT (Z. B. DER FOTOGRAF).
- DER URHEBER ENTSCHIEDET, WIE SEIN WERK GENUTZT WIRD. EINE NUTZUNG OHNE ERLAUBNIS IST NICHT ERLAUBT.
- IN DEUTSCHLAND WIRD DAS URHEBERRECHT VOR ALLEM DURCH DAS URHEBERRECHTSGESETZ (URHG) GEREGLT, ERGÄNZT DURCH KUNSTURHEBERGESETZ (KUG) SOWIE MARKEN- UND WETTBEWERBSRECHT.
- PRODUKTFOTOS SIND ALS LICHTBILDER GESCHÜTZT.
- DER FOTOGRAF BESITZT DIE NUTZUNGSRECHTE, SOFERN SIE NICHT VERTRAGLICH AN EINEN AUFTRAGGEBER ÜBERTRAGEN WERDEN.
- DAS URHEBERRECHT BLEIBT BIS 70 JAHRE NACH DEM TOD DES URHEBERS BESTEHEN. DANACH IST DAS WERK GEMEINFREI UND DARF VON ALLEN GENUTZT WERDEN.

PRODUKTFOTOS WICHTIGES

- Freie Nutzung fremder Fotos ist riskant. Nur eigene Fotos oder klare Nutzungsrechte verwenden.
- Produktfotos von Markenherstellern oft nur redaktionell nutzbar; bei Plattformen wie Amazon Rechte prüfen.
- Markenlogos/Schriftzüge sind geschützt; ohne Erlaubnis Abbildung vermeiden.
- Ausnahmen: Erschöpfungsgrundsatz erlaubt Vertrieb eines korrekt geclippten Produkts im Europäischen Wirtschaftsraum; eigenes Foto erlaubt Werbung, wenn kein Vertragsbetrieb des Herstellers suggeriert wird.
- Werbung mit Marken (Dienstleistungen): meist nur namentliche Nennung statt Logo; Logos meiden.
- Markeninhaber-Interessen beachten: Produkt nicht verändern oder verschlechtern; Logos/Design-Veränderungen in der Regel unzulässig.



URHEBERRECHT



BEI PRODUKTFOTOS

Basic information

PFLICHTEN EINES ONLINE-SHOP BETREIBERS

1. NACHWEISPFLICHT DER NUTZUNGSRECHTE
SIE MÜSSEN FÜR JEDES FREMDE FOTO (VOM HERSTELLER, FOTOGRAFEN ODER AUS BILDDATENBANKEN) BELEGEN KÖNNEN, DASS SIE ÜBER DIE ENTSPRECHENDEN NUTZUNGSRECHTE VERFÜGEN.

- DOKUMENTATIONSPFLICHT: BEWAHREN SIE RECHNUNGEN, LIZENZVERTRÄGE ODER SCHRIFTLICHE BESTÄTIGUNGEN DER RECHTEINHABER SORGFÄLTIG AUF.
- UMFANG PRÜFEN: STELLEN SIE SICHER, DASS DIE LIZENZ DIE NUTZUNG IN EINEM ONLINE-SHOP UND GGF. AUF DRITTPLATTFORMEN (WIE AMAZON ODER EBAY) AUSDRÜCKLICH ERLAUBT.

2. KENNZEICHNUNGSPFLICHT (URHEBERBENENNUNG)
URHEBER HABEN NACH § 13 URHG DAS RECHT, NAMENTLICH AM BILD GENANNT ZU WERDEN.
FEMALE PHOTOCLUB

- PLATZIERUNG: DER NAME MUSS IN DER REGEL DIREKT AM BILD ODER IN EINEM ZENTRALEN BILDQUELLENVERZEICHNIS (Z. B. IM IMPRESSUM) AUFGEFÜHRT WERDEN.
- AUSNAHME: BEI STOCKFOTOS ODER HERSTELLERBILDERN KANN IM LIZENZVERTRAG AUF DIE NENNUNG VERZICHTET WORDEN SEIN. PRÜFEN SIE DIES UNBEDINGT IN DEN JEWEILIGEN AGB DES ANBIETERS.

3. PFLICHT ZUR PRÜFUNG VON BILDINHALTEN
SIE MÜSSEN SICHERSTELLEN, DASS DIE FOTOS KEINE RECHTE DRITTER VERLETZEN:

- PERSÖNLICHKEITSRECHTE: SIND PERSONEN ERKENNBAR, BENÖTIGEN SIE DEREN SCHRIFTLICHE EINWILLIGUNG (MODEL RELEASE) GEMÄSS KUNSTURHEBERGESETZ (KUG).
- MARKENRECHTE: LOGOS VON DRITTMARKEN DÜRFEN NUR VERWENDET WERDEN, WENN DIES REIN ZUR BESCHREIBUNG DES PRODUKTS DIENT UND KEINE FALSCHES GESCHÄFTLICHE VERBINDUNG SUGGERIERT.

RECHTSSICHERE NUTZUNG VON PRODUKTFOTOS IM ONLINE-SHOP

BILDQUELLEN KORREKT ANGEBEN

- URHEBER MÜSSEN SICHTBAR GENANNT WERDEN.
- ÜBLICH IST EIN ZENTRALES BILDQUELLENVERZEICHNIS STATT ANGABEN UNTER JEDEM FOTO.
- DIESES KANN Z. B. ALS SEITE „BILDNACHWEIS“ IM IMPRESSUM VERLINKT WERDEN.
- ANGABEN: BILD/PRODUKT – URHEBER – QUELLE – LIZENZ.

IRREFÜHRUNG VERMEIDEN

- PRODUKTBILDER MÜSSEN KLAR ZEIGEN, WAS GEKAUFT WIRD.
- DEKORATION ODER BEISPIELBILDER KENNZEICHNEN, Z. B.:
 - „SERVIERVORSCHLAG“
 - „DEKO NICHT IM LIEFERUMFANG ENTHALTEN“.

BILDER SCHÜTZEN & DOKUMENTIEREN

- BILDER KÖNNEN MIT WASSERZEICHEN ODER METADATEN GESCHÜTZT WERDEN.
- LIZENZEN UND KAUFDATEN DER BILDER DOKUMENTIEREN UND ARCHIVIEREN.
- PFLICHTANGABEN MÜSSEN AUCH AUF SMARTPHONES GUT LESBAR SEIN.

RECHTLICHE FOLGEN

1. UNTERLASSUNGSANSPRUCH
DER RECHTEINHABER KANN VERLANGEN, DASS DIE NUTZUNG SOFORT BEENDET WIRD. EINE STRAFBEWEHRTE UNTERLASSUNGSERKLÄRUNG GEFORDERT. (VERBINDLICHER VERTRAG, MIT DEM SICH DER UNTERZEICHNER (Z.B. NACH EINER ABMAHNUNG IM URHEBER- ODER MARKENRECHT) VERPFLICHTET, EIN RECHTSWIDRIGES VERHALTEN ZU UNTERLASSEN.

2. SCHADENSERSATZ
DER SCHADENSERSATZ WIRD HÄUFIG NACH DER SOGENANNTEN LIZENZANALOGIE BERECHNET:
ES WIRD FIKTIV ERMITTELT, WELCHE LIZENZGEBÜHR BEI ORDNUNGSGEMÄSSER NUTZUNG ANGEFALLEN WÄRE. GRUNDLAGE HIERFÜR SIND OFTMALS MARKTÜBLICHE HONORAREMPFEHLUNGEN (Z. B. MFM-TABELLE).

3. ERSTATTUNG VON ABMAHNKOSTEN
DIE KOSTEN FÜR EINE BERECHTIGTE ANWALTSCHE ABMAHNUNG SIND EBENFALLS VOM VERLETZER ZU TRAGEN. DIE KOSTEN WERDEN NACH DEM RVG (RECHTSANWALTSVERGÜTUNGSGESETZ) BERECHNET, DAS STREITWERTABHÄNGIG IST, SO DASS OFT AUCH AN DIESER STELLE ÜBER DEN „RICHTIGEN“ GEGENSTANDSWERT UND DAMIT DIE HÖHE DES ERSTATTUNGSANSPRUCHS GESPROCHEN WIRD.
BASIS: 5000 - 8000 € PRO BILD
DER FIKTIVE SCHADEN WIRD ANHAND DES UMFANGES, INWEIFEIT DAS FOTO VOM VERLETZER GENUTZT WURDE. HIER KOMMT ES AUCH AUF DIE DAUER UND REICHWEITE DER NUTZUNG