

Urheberrecht und E-Commerce

- Ein Überblick -

Das Urheberrecht ist ein wichtiger rechtlicher Bestandteil im E-Commerce.

Dieses Whitepaper nennt

- [rechtliche Grundlagen](#)
- [mögliche Fehler](#)
- [Praxishinweise](#)

Das Urheberrecht ist auch im E-Commerce allgegenwärtig. Zum Beispiel ist es immer wieder fraglich, ob und inwieweit Artikelbeschreibungen in E-Commerce-Angeboten oder Produkttexte in E-Commerce-Angeboten urheberrechtsschutzfähig sind oder nicht.

Das größte Ärgernis für E-Commerce-Anbieter ist jedoch, dass unbefugt und ungefragt Produktbilder oder Produktvideos, die mit erheblichem individuellem, ideellem und finanziellem Aufwand erstellt wurden, durch Dritte ungefragt übernommen werden.

In diesem Whitepaper erfahren Sie in Form eines Überblicks, welche Darstellungen nach dem Urheberrecht geschützt sind, was Sie tun sollten, wenn Sie entsprechende Verstöße gegen Ihre Rechte feststellen und welche Ansprüche Ihnen in der Folge zustehen.

A. Sind meine Produktbilder und Produktvideos geschützt?

Viele wissen es nicht, jedoch im E-Commerce gelten für alle Produktbilder, die in Onlineshops und sonstigen Onlineverkaufsangeboten oder zur Bewerbung von Waren und Dienstleistungen genutzt werden.

Diese Bilder sind über das Urheberrecht geschützt.

Zwar werden im seltensten Fall die Produktbilder als Lichtbildwerk über § 2 UrhG geschützt sein.

Dies würde eine besondere geistige Schöpfung voraussetzen.

Jedoch ist aufgrund der Eigenschaft von Produktbildern immer davon auszugehen, dass ein Schutz als Lichtbild nach § 72 UrhG besteht.

Gleiches gilt für Produktvideos, die zumindest als Laufbild nach §§ 95,94 UrhG geschützt sind. Auch für Videos gilt, dass Sie nur bei einer außergewöhnlichen Gestaltung als Filmwerk im Sinne des § 2 UrhG geschützt sind. Wichtig ist aber auch zu erwähnen, dass oftmals der Rechtsirrtum besteht, dass entsprechende Produktbilder mit dem Copyright-Zeichen versehen sein müssten, um Schutzrechte nach Außen zu deklarieren. Genau das Gegenteil ist der Fall:

Sie als Urheber oder als Nutzungsberechtigter müssen nicht zwingend an jedem Produktbild oder Produktvideo auch nachweisen, dass hier Sie der Rechteinhaber sind.

Praxistipp:

Erhöhen Sie den Wert Ihres Onlineverkaufsangebotes durch gute Produktfotografien und Produktvideos. Achten Sie bei der Erstellung durch Dritte, dass Ihnen allen Rechte übertragen werden, die für eine eigene Nutzung, aber auch für die Untersagung der unberechtigten Nutzung durch Dritte erforderlich sind.

B. Sind meine Artikelbeschreibungen über das Urheberrecht geschützt?

Grundsätzlich gilt, dass Artikelbeschreibungen genauso wie Werbetexte nicht über das Urheberrecht geschützt sind.

Es muss nach den gesetzlichen Regelungen eine so genannte persönliche geistige Schöpfung im Sinne des § 2 Abs. 2 UrhG vorliegen.

Dabei kann man grundsätzlich folgende Anhaltspunkte berücksichtigen.

Je länger ein genutzter Text ist, desto größer sind Gestaltungsmöglichkeiten, umso eher sind hinreichende prägende Maßnahmen für eine schöpferische Leistung erkennbar.

Grundsätzlich keinen Urheberrechtsschutz genießen Produktbeschreibungen, wenn diese vordergründig so genannten beschreibenden Charakter für die angebotenen Waren und Dienstleistungen haben und zum Beispiel nur technische Merkmale darstellen.

Anders kann dies sein, wenn und soweit Produktbeschreibungen einheitlich aufgebaut werden und in einem Schreib- und Darstellungsstil gehalten werden, der sich von üblichen Darstellungen erheblich abheben.

So zum Beispiel das Oberlandesgericht Köln in einer Entscheidung aus dem Jahre 2011 (Beschluss vom 30. September 2011, Az.: 6 U 82/11).

Dort waren jedoch ganz außergewöhnliche Artikelbeschreibungen für die angebotenen Schuhe verwendet worden, zum Beispiel folgende (Zitat aus der erstinstanzlichen Entscheidung des Landgerichtes Köln vom 6. April 2011, Az.: 28 O 900/11):

„...Der klassische Halbschuh X aus fettgerbtem, vollnarbigem Nubukrindleder ist besonders robust und vielseitig. Das Abschlussbordürenpolster bietet zusätzlichen Komfort. Der Halbschuh X ist ledergefütert und verfügt über eine Lederbrandsohle und eine Gummiprofilsohle und ist echt zweigenäht. Das Gewicht beträgt ca. 1150 g/Pair. Mit der standardmäßig verwendeten Vibram Vollgummiprofilsohle stellt der Halbschuh X einen robusten Halbschuh für vielseitige Verwendung dar. Mit der alternativen Vibram GumliteSohle wird er zum flexiblen Freizeitschuh und die ebenfalls verfügbare Ledersohle macht den X zu einem eindrucksvollen Business-Schuh. Bitte wählen Sie die gewünschte Schuhgröße und Sohle unterhalb der Materialerläuterung. Farbe: marone Der Halbschuh X ist lieferbar in den Größen 5,5 - 14 (Übergrößenzuschlag ab Gr. 12,5 Euro 40,00)..“

Praxistipp:

Grundsätzlich sollten Sie sich nicht darauf verlassen, dass Ihre Artikelbeschreibungen Urheberrechtsschutz genießen.

Wollen Sie dies erreichen, so müssen Sie sich bei der Wortwahl und Darstellung entsprechende Mühe geben, sich von anderen Darstellungen abzuheben.

C. Können Dritte haben Ansprüche an Produktfotos und Videos haben?

Selbstverständlich besteht dem einzelnen Urheber die Möglichkeit frei, die Urheberrechte an

Produktbildern oder auch Produktvideos auch wirtschaftlich zu verwerten.

Oftmals ist es jedoch so, dass Leistungen entweder durch externe Dienstleister angefertigt werden und den E-Commerce-Anbietern zur Nutzung zur Verfügung gestellt werden oder aber von fest eingestellten Mitarbeitern im Rahmen ihres Arbeitsverhältnisses erstellt werden.

In beiden Fällen ist entweder per Gesetz eine Übertragung der Nutzungsrechte gegeben oder aber es sollte, wenn und soweit externe Dienstleister genutzt werden, hier eine Rechteübertragung erfolgen.

In diesem Fall haben sie dann als Nutzungsberechtigter die Möglichkeit, Ansprüche nach dem Urheberrecht wegen Rechtsverletzungen durchzusetzen.

Praxistipp:

Achten Sie bei der Übertragung der Rechte darauf, dass die Übertragung möglichst umfassend erfolgt. Es sollten alle Verwendungsmöglichkeiten explizit in der vertraglichen Vereinbarung genannt werden, um spätere Rechtsstreitigkeiten zu vermeiden.

D. Was tun bei Verletzung Ihrer Rechte an einem Produktbild oder Produktvideo?

Wenn und soweit Sie unter Ausnutzung von eigenen oder externen Recherchemöglichkeiten erfahren, dass Ihre Rechte an einem Produktbild oder Produktvideo verletzt werden, so sollten Sie unverzüglich eine entsprechende Sicherung vornehmen.

Dies ist insbesondere dann erforderlich, wenn und soweit nicht gewährleistet ist, dass nach eigenen

Tagen oder einigen Wochen ein entsprechendes Angebot noch verfügbar ist.

Diese Sicherung dient dazu, dass bei der rechtlichen Inanspruchnahme des Rechteinhabers gerichtsfest dokumentiert ist, wann und zu welchem Zeitpunkt eine Rechtsverletzung erfolgte.

Dies setzt folgendes voraus:

- Sicherung der entsprechenden Rechtsverletzung als Screenshot oder sonstiger Ausdruck
- Eindeutige Identifizierung des Rechteinhabers durch Sicherung einer entsprechenden Anbieterkennzeichnung oder des Impressums

Eine Rechtsverletzung sollte sodann zeitnah verfolgt werden.

Dies ist jedoch nicht zwingend erforderlich, da entsprechende im Urheberrecht zustehende Ansprüche innerhalb einer Frist von 3 Jahren ab Kenntnis durchgesetzt werden können.

Jedoch bietet sich an, entsprechende Rechte zeitnah nach Kenntnis von Rechtsverletzungen durchzusetzen und ggf. im Wege einer einstweiligen Verfügung vorgehen zu können.

E. Welche Ansprüche haben Sie und wie können diese durchgesetzt werden?

Haben Sie festgestellt, dass entsprechende Produktfotos durch nicht berechtigte verwendet werden, so liegt eine Verletzung des Ihnen zustehenden Rechts am Lichtbild vor, das Sie entweder

als Urheber oder als Nutzungsberechtigter erworben haben.

In diesen Fällen steht Ihnen zunächst an erster Stelle ein **Unterlassungsanspruch** zu.

Ein Unterlassungsanspruch begründet in der Regel darauf, dass eine bereits begangene Rechtsverletzung vorliegt und somit eine Wiederholungsgefahr für die Zukunft besteht.

Daneben besteht in der Regel der Anspruch auf **Auskunftserteilung** dahingehend, in welcher Art und in welchem Umfang eine entsprechende Verletzung von Rechten vorliegt.

Dieser Anspruch sollte insbesondere dann durchgesetzt werden, wenn nicht bekannt ist, in welcher Art und Weise einzelne oder eine Reihe von Produktfotos verwendet wurden. Dieser Auskunftsanspruch ist zeitlich zunächst unbegrenzt.

Es ist auch hinsichtlich der einzelnen Verkaufsplattformen und Verwendungsmöglichkeiten von übernommenen Produktfotos unbegrenzt.

Der wohl wichtigste Anspruch neben dem Unterlassungsanspruch ist der **Schadensersatzanspruch** den Sie geltend machen können.

All die vorgenannten Ansprüche setzen Sie in der Regel dadurch durch, dass Sie eine außergerichtliche **Abmahnung** gegen den Rechteinhaber aussprechen.

Die außergerichtliche Abmahnung ist in Deutschland in Verruf geraten, da sie in einigen Bereichen sehr extensiv genutzt wird.

Grundsätzlich ist die Abmahnung jedoch ein probates Mittel, um außergerichtliche Ansprüche durchsetzen zu können und nicht direkt ein gerichtliches Verfahren in die Wege leiten zu müssen.

Mit der Abmahnung selbst kann eine Unterlassungserklärung vorgegeben werden, mit der der Rechtsverletzer einen Unterlassungs- und Verpflichtungsvertrag mit Ihnen als Urheber oder Nutzungsberechtigten abschließen kann.

Es ist jedoch keine Verpflichtung gegeben, diese vorgegebene Erklärung auch zu unterschreiben.

Stattdessen kann der Rechtsverletzer eine eigene Unterlassungserklärung formulieren und abgeben.

Sie müssen dann bei Abgabe prüfen, ob diese für Sie ausreichend ist.

Reagiert der Rechtsverletzer nicht oder nicht ausreichend, so haben Sie die Möglichkeit entweder im Wege der einstweiligen Verfügung oder im Wege der Hauptsacheklage Ihre Ansprüche durchzusetzen.

Die einstweilige Verfügung bietet sich in der Regel dann an, wenn und soweit aktuell ein Rechtsverstoß vorliegt.

Ist der Rechtsverstoß einige Zeit zurückliegend, so sollte der Weg der Hauptsacheklage gewählt werden, um unnötige Risiken zu vermeiden.

F. Der Schadensersatzanspruch - Oder: Wie teuer wird die Rechtsverletzung?

I. Grundsätzliches

Grundsätzlich haben Sie die Möglichkeit, Ihren Schadensersatzanspruch nach drei Berechnungsmöglichkeiten zu beziffern.

Es besteht die Möglichkeit des **Ersatzes des entgangenen Gewinns** zu fordern.

Darüber hinaus besteht die Möglichkeit der Herausgabe des so genannten **Verletzergewinns**, damit ist der Erlös gemeint, den der Rechtsverletzer dadurch erzielt hat, dass er Ihre Produktfotografie unbefugt und ohne Ihr Einverständnis genutzt hat.

Beide Methoden sind in der Praxis ungewöhnlich, da in der Regel der Schaden nicht auf diese Art und Weise beziffert werden kann.

Aus diesem Grund wird in der Regel der Weg der so genannten **Lizenzanalogie** gewählt.

Die Lizenzanalogie in diesem Rahmen ist die Forderung eines Betrages, die bei einer korrekten Anfrage des Rechtsverletzers bei Ihnen als Urheber oder Nutzungsberechtigten als Lizenz gefordert worden wäre.

II. Schadensersatz bei „Bilderklau“

Oftmals wird zur Bezifferung des entsprechenden Schadensersatzanspruches im Wege der Lizenzanalogie auf die Regelungen der so genannten MFM – Bildhonorare der Mittelstandsvereinigung Fotomarketing (abgekürzt auch MFM-Tabelle) zurückgegriffen.

Diese veröffentlicht mindestens einmal jährlich entsprechende Bildhonorarvergütungssätze, die von Fotografen verwendet werden können, um mit ihren Kunden abzurechnen.

Grundsätzlich spricht gegen diese Anwendung der MFM-Regelungen dann nichts, wenn und soweit zum Beispiel der Fotograf üblicherweise nach diesen Regelungen abrechnet.

Dennoch besteht natürlich die Möglichkeit, dass weitaus höhere Forderungen geltend gemacht werden können, als diese in der MFM-Tabelle niedergelegt sind.

Genauso können auch niedrigere Sätze angesetzt werden, wenn und soweit es sich zum Beispiel um eine einfachere Produktdarstellung handelt, die keinen größeren tatsächlichen Aufwand bei der Herstellung begründet.

Entscheidend hängt die Höhe des Anspruches auf Schadensersatz auch von dem Urheber der Produktfotografien ab.

So bejaht das Oberlandesgericht Hamm die Anwendbarkeit der MFM-Tabelle bei Produktfotos von Berufsfotografen. Dies lässt sich einer aktuellen Entscheidung des Gerichts entnehmen (Urteil vom 13. Februar 2014, Az.: 22 U 98/13).

In dem Rechtsstreit ging es um die Frage, in welcher Höhe eine Schadensersatz für die unberechtigte Nutzung von 45 Lichtbildern gerechtfertigt ist, die ein Onlinehändler zur Bewerbung seiner Verkaufsangebote unberechtigt und ohne die Vorlage von Nutzungsrechten übernommen hatte.

Erstinstanzlich hatte das Gericht die Anwendung der Honorarempfehlung der Mittelstandsgemeinschaft Fotomarketing (MFM) bejaht und zeitlich auch einen hundertprozentigen Verletzerzuschlag zu Gunsten des Rechteinhabers festgesetzt.

Diese geltend gemachte Schadensersatzhöhe in Höhe von 13.172,42 EUR für die Übernahme der 45 Produktfotos folgte das OLG Hamm nicht.

Die Richter sehen insbesondere bei der Frage, in welcher Höhe hier ein Schadensersatzanspruch festsetzbar ist, die Anwendbarkeit der MFM-Tabelle nicht als gegeben an.

Die Richter sehen als Bemessungsgrundlage für Schadensersatzansprüche die MFM-Tabelle insbesondere anwendbar, wenn es sich um Produktfotografien handelt, die von Berufsfotografen hergestellt wurden.

Dazu das Gericht wie folgt:

„...Die MFM-Empfehlungen gehen auf Befragungen von Bildagenturen, Fotografen und Bildjournalisten zurück. Ziel der Erhebung ist es, eine marktgerechte Übersicht der Vergütungsverhältnisse von Bildnutzungsrechten wiederzugeben. Die MFM-Empfehlungen beruhen also auf den Erfahrungswerten professioneller Marktteilnehmer (vgl. insoweit auch LG Düsseldorf, Ur. v. 24.10.2012, 23 S 66/12, juris, Rn. 11, MMR 2013, 264 = ZUMRD 2013, 204). Gemessen hieran regeln die MFM-Empfehlungen für die streitgegenständlichen Lichtbilder schon deshalb nicht den bestimmungsgemäß betroffenen Markt, weil kein Berufsfotograf als Rechteinhaber betroffen ist (so auch LG Köln, Hinweisbeschl. v. 16.12.2008, 16 S 9/08, juris, Rn. 5, GRUR-RR 2009, 215; vgl. auch AG Köln, Ur. v. 31.03.2010, 125 C 417/09, juris). Die von einem Berufsfotografen erstellten Lichtbilder sind regelmäßig professionell hergestellt worden und weisen eine hohe Qualität auf. Hinzu kommt, dass die angesetzten Honorare die Einnahmen für die gewerbliche Tätigkeit der Fotografen darstellen; von diesen Zahlungseingängen müssen sie also auch sämtliche ihrer Betriebsausgaben bestreiten. Bei privat erstellten Lichtbildern bestehen dagegen zahlreiche Unterschiede. Zum einen weisen solche Fotos selten die Qualität von Bildern eines professionellen Fotografen auf. Oft fehlen die Erfahrung und auch die technische Ausstattung, um eine vergleichbare Qualität zu erzielen; es liegt auf der Hand, dass die Ergebnisse einer einfachen Kompakt-Digitalkamera, die von einem Amateur bedient

wird, zu denen einer von einem erfahrenen Fotografen verwendeten professionellen Kamera, die ein Vielfaches kostet, deutliche Unterschiede aufweisen. Auch der vom Fotografen betriebene Aufwand ist oftmals deutlich geringer (so zutreffend AG Düsseldorf, Ur. v. 13.07.2011, 57 C 1701/11, juris, Rn. 18).

Hieraus folgt, dass die jeweilige Honorarempfehlung der MFM im Rahmen der Schätzung nach § 287 ZPO zwar als Ausgangspunkt verwendet werden kann. In einem zweiten Schritt ist jedoch eine Prüfung dahingehend vorzunehmen, ob das konkrete Lichtbild insgesamt als professionelles Werk anzusehen ist und tatsächlich am Markt entsprechende Preise erzielen könnte, oder ob bei einfacheren Bildern ein prozentualer Abschlag vorzunehmen ist. Eine schematische Übernahme der MFM-Empfehlungen scheidet im Streitfall vor diesem Hintergrund schon deshalb aus, weil sich die streitgegenständlichen Lichtbilder – bei denen es sich um äußerst simple Produktfotografien ohne jedwede Schaffenshöhe handelt – nach den Feststellungen des Sachverständigen X lediglich als semi-professionelle Arbeiten mit erheblichen Qualitätsmankos darstellen.

In Ausübung des im eingeräumten Ermessens schätzt der Senat vor diesem Hintergrund die angemessene Lizenzhöhe auf der Grundlage der MFM-Empfehlungen unter Berücksichtigung eines Abschlags von 60 %, so dass sich ein Anspruch der Klägerin in Höhe von lediglich 5.268,97 € (inkl. Verletzerzuschlag) ergibt und sie zudem Ausgleich vorgerichtlicher Rechtsverfolgungskosten lediglich auf der Grundlage eines Gegenstandswertes von bis zu 6.000,00 € verlangen kann...“

Praxistipp:

Dieses Urteil des OLG Hamm stärkt die Rechte der Berufsfotografen erheblich.

Diese können sich immer dann, wenn es sich um die unberechtigte Übernahme von Produktfotos handelt, für die Schadensersatzschätzung grundsätzlich auf die MFM-Tabelle berufen.

Für Onlinehändler bedeutet das im Gegenzug, dass es umso wichtiger ist, entsprechende Rechte vorzeitig einzuholen, um nicht entsprechenden hohen Schadensersatzforderungen ausgesetzt zu sein.

Auch ein entsprechender Abschlag auf 60 %, wie im hiesigen Fall, kann erhebliche Summen verursachen, die als Schadensersatzforderung zu zahlen sind.

Umso wichtiger ist es, wie gesagt, vor der Nutzung von Produktfotos umfangreich sich Nutzungsrechte einzuholen.

III. Zusätzlicher Anspruch bei fehlendem Urheberrechtsvermerk

Daneben besteht die Möglichkeit, in bestimmten Fällen noch als Schadensersatz eine Verdoppelung zu fordern, wenn und soweit Sie nicht als **Urheber** genannt wurden.

Das sog. Urheberrechtspersönlichkeitsrecht wird durch den **Urheberrechtsvermerk** dargestellt.

Fehlt dieser, so können Sie als Urheber oder ihr Dienstleister einen eigenen Anspruch geltend machen.

Hier ist jedoch die entsprechende Schadensersatzforderung dahingehend vorzubehalten, bei welchem Gericht Sie möglicherweise Ansprüche durchsetzen wollen.

So sieht das Landgericht Düsseldorf nicht immer einen entsprechenden Anspruch als durchsetzbar an.

Dies sei nur dann der Fall, wenn und soweit der Fotograf durch das einzelne Bild auch seinen Lebensunterhalt bestreitet.

Dies kann zum Beispiel bei E-Commerce-Anbietern differenzierend betrachten zu sein, wenn und soweit zum Beispiel Bilder durch externe Agenturen eingekauft wurden oder das Produkt nur Mittel zum Zweck zum Verkauf von Waren ist.

Anders ist dies zum Beispiel bei reinen Fotografen, die nichts anderes machen als Bilder herstellen und entsprechend Dritten zur Verfügung stellen.

G. Privatverkäufer nutzt meine Produktbilder – Ändert sich etwas an der Rechtslage?

Nein, auch bei Privatpersonen, die zum Beispiel über Internetverkaufsplattformen Gegenstände aus ihrem Besitz verkaufen wollen, gelten die Regelungen des Urheberrechts.

Bei einer fehlenden Nutzungsberechtigung für die Darstellung in Ihrem Onlineverkaufsangebot sind Sie dazu verpflichtet, solche Darstellungen zu entfernen und auch die Nutzung für die Zukunft zu unterlassen. Hier gibt es keine Unterschiede.

Praxistipp:

Es ist immer die Frage zu stellen, ob und inwieweit eine entsprechendes Vorgehen gegen Privatverkäufer gleich im Wege einer vorbezeichneten auch dargestellten urheberrechtlichen Abmahnung die Notwendigkeit besitzt.

Oftmals sind entsprechende Privatverkäufer derart verschreckt, wenn und soweit sie über die unberechtigte Nutzung (egal ob Kenntnis vorliegt oder nicht) informiert werden, dass sie unverzüglich die entsprechenden Angebote entfernen.

Gerade, wenn und soweit Ihr Unternehmen keinen schlechten Ruf mit entsprechenden Abmahnungen erhalten will, ist die entsprechende Inkenntnissetzung durch Supportmitarbeiter bereits oftmals das probate Mittel, um die entsprechende Nutzung für die Zukunft zu unterbinden.

H. Fazit

Die Verletzung von Urheberrechten im E-Commerce wird oftmals als reiner Bagatelldelikt gesehen oder dahingehend interpretiert, dass keine großen Schäden entstehen.

Genau das Gegenteil ist der Fall:

Viele E-Commerce-Anbieter investieren viel Geld in Produktfotos oder Produktvideos und sehen durch die unbefugte Verwendung durch Dritte hier eine Beeinträchtigung Ihrer geschäftlichen Tätigkeit.

Im Rahmen dessen besteht natürlich selbstverständlich die Möglichkeit auch hier eine Verfolgung von Rechtsverletzungen vorzunehmen, um

mögliche Schäden zu begrenzen oder gar nicht erst entstehen zu lassen.

Weitere Informationen hierzu erteilt Ihnen gerne:



Herr Rechtsanwalt Rolf Albrecht:

albrecht@volke2-0.de

Fon: 02306/75684-0

Fax: 02306/75684-11

Bitte beachten Sie, dass dieses Whitepaper lediglich zur Information und Orientierung in dem entsprechenden Bereich des Rechts dient. Das Dokument kann nur als Hilfestellung verwendet werden. Im konkreten Einzelfall sollte eine rechtliche Beratung durch einen Rechtsanwalt in Anspruch genommen werden. Dieses Whitepaper ist nicht dazu gedacht, eine anwaltliche Beratung zu ersetzen. Eine Haftung kann daher nicht übernommen werden.