

Teil 3

## COPYRIGHT

**Im Fachjargon der Fotografen bedeutet „Copyright“ die Zusammenfassung urheberrechtlicher Ansprüche des Lichtbildherstellers.**

Der Begriff „Copyright“ findet sich im Gesetz nicht wieder. Es ist ein international gebräuchlicher Begriff, der durch das Zeichen © im Kontext mit einem Namen oder einer Unternehmensbezeichnung zum Ausdruck bringt, wer das Foto gemacht hat und damit Inhaber der Leistungsschutzrechte an diesem Foto zu sein behauptet. Als solcher ist anzusehen, der das Lichtbild aufgenommen hat (Hersteller gemäß § 74 Abs. 1 UrhG), wobei bei gewerbsmäßig hergestellten Lichtbildern der Inhaber des Unternehmens als Hersteller gilt, ob er nun selbst auf den Auslöser gedrückt hat oder nicht. „Gewerbsmäßig“ ist eine Tätigkeit, die im Sinne der österreichischen Gewerbeordnung selbstständig und nachhaltig in der Absicht betrieben wird, daraus einen wirtschaftlichen Vorteil zu erzielen. Auch der angestellte Fotograf eines Unternehmens, das nicht das Fotografengewerbe ausübt (Medien, Werbeagenturen etc.) ist nicht Inhaber der Leistungsschutzrechte am Bild, sondern sein Dienstgeber. Der Subunternehmer eines Fotografenbetriebes wiederum schon, weshalb es gilt, Vereinbarungen zu treffen, die dem Auftraggeber die Rechte einräumen. **Die Leistungsschutzrechte sind ja vertraglich übertragbar!**

Zu den Leistungsschutzrechten gehören insbesondere die **Verwertungsrechte** (wie etwa das Vervielfältigungsrecht gemäß § 15 UrhG, das Verbreitungsrecht gemäß § 16 UrhG.....), die **Vergütungsansprüche** (Leerkassettenvergütung, Reprografievergütung, Schulbuchvergütung.....) und die **Persönlichkeitsrechte** (Recht auf Namensnennung gemäß § 20 UrhG).

Wer ein Lichtbild mit seinem **Copyrightvermerk** versieht, für den gilt die **gesetzliche Vermutung**, dass er Rechteinhaber ist. Diese Vermutung ist

widerlegbar und gilt somit nur solange, bis ein anderer sein „besseres Recht“ unter Beweis stellt.

Die Art und Weise der Herstellerbezeichnung entscheidet alleine der Urheber. Er kann einen Copyrightvermerk setzen, der seinen tatsächlichen Namen beinhaltet, einen Decknamen verwenden oder gar auf seine Herstellerbezeichnung verzichten bzw. dieses Recht an jemand anderen abtreten. Bedacht zu nehmen ist immer darauf, dass der Copyrightvermerk gesetzt wird, bevor das Lichtbild „über den Ladentisch geht“. Im Prozessfall obliegt es dem Hersteller nur zu beweisen, dass sein Werk mit der Herstellerbezeichnung sein Unternehmen verlassen hat, wie es dann beim Veröffentlichter angekommen ist, ist nicht mehr Risiko des Fotografen. Demnach sind Einwendungen von Verwendern, das Foto ohne Copyrightvermerk erhalten und deswegen anlässlich der Veröffentlichung nicht wiedergegeben zu haben, unbeachtlich, wenn der Fotograf – so in Zeiten der digitalen Fotografie – nachweist, etwa in den Metadaten den Herstellervermerk angebracht zu haben, wobei professionelle Software hierfür ja hinreichend Hilfsmittel anbietet. Ein Gutteil der prozessualen Tätigkeit des RSV hat die unrichtige oder nicht erfolgte Anbringung des Copyrightvermerks zum Gegenstand. Urheberrechtlich nicht versierte Verfahrensgegner outen sich etwa durch die Einwendung, die Fotodateien von einer Werbeagentur oder sonstigen Dritten ohne Herstellerbezeichnung erhalten zu haben, was rechtlich unbeachtlich ist, wenn der Fotograf den genannten Beweis antritt, seinerseits das Lichtbild an die Agentur mit dem Copyrightvermerk übermittelt zu haben. Dabei muss es nicht unbedingt die Bezeichnung jedes einzelnen Fotos sein, es genügt gar, den Copyrightvermerk auf einem Datenträger zuordenbar angebracht zu haben.

**Zusammenfassend** ergibt sich, dass die Unterlassung der Herstellerbezeichnung fundamental in die Rechte des Berufsfotografen eingreift und die Anbringung des Copyrightvermerks daher zur Verpflichtung des Fotografen gehört, wenn er die Rechte an seinem Lichtbild nicht grundsätzlich preisgeben will.

