

# Bildrechte im Web

Wichtige Infos und Tipps zur Verwendung von Bildern auf den Webseiten der Uni Osnabrück

Stand: März 2016  
Version: 2

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

der folgende Leitfaden bietet Ihnen in Kürze die wichtigsten Infos, die Sie bei der Veröffentlichung von Bildern auf den Uni-Webseiten beachten sollten.

Eine kurze Checkliste für die Veröffentlichung, praktische Beispiele, Tipps zur Bildbeschaffung und nützliche Links bilden den Hauptteil des Leitfadens. Auf den darauffolgenden Seiten finden Sie die dazugehörigen rechtlichen Infos. Im Anhang befindet sich außerdem eine Einverständniserklärung (Model Release) für die fotografierte Person sowie eine Nutzungsvereinbarung für Fotografen, die Sie gerne verwenden können.

Die Informationen sind von der Stabsstelle Kommunikation und Marketing nach bestem Wissen und Gewissen zusammengestellt worden. Für die Richtigkeit können wir allerdings keine Haftung übernehmen. Die Inhalte dieses Leitfadens können daher auf keinen Fall eine Rechtsberatung ersetzen.

Bei inhaltlichen Fragen zum Leitfaden können Sie sich gerne an die Online-Redaktion wenden.

Online-Redaktion  
Schloss, Ostflügel, Raum 13/E07  
Tel. +49 541 969 6140 oder 4064  
[onlineredaktion@uni-osnabrueck.de](mailto:onlineredaktion@uni-osnabrueck.de)

Bei rechtlichen Fragen können Sie sich gerne an das [Justitiariat](#) der Uni wenden.

# Inhalt

## **Praktische Infos und Beispiele**

Kurze Checkliste für die Veröffentlichung	<a href="#"><u>5</u></a>
Häufige Fragen/Praxisbeispiele	<a href="#"><u>6</u></a>
Tipps zur Bildbeschaffung	<a href="#"><u>10</u></a>
Hinweise zur Bildnutzung in Sozialen Netzwerken	<a href="#"><u>11</u></a>
Nützliche Links und Literatur	<a href="#"><u>12</u></a>

## **Weitere Infos zu den einzelnen Bildrechten**

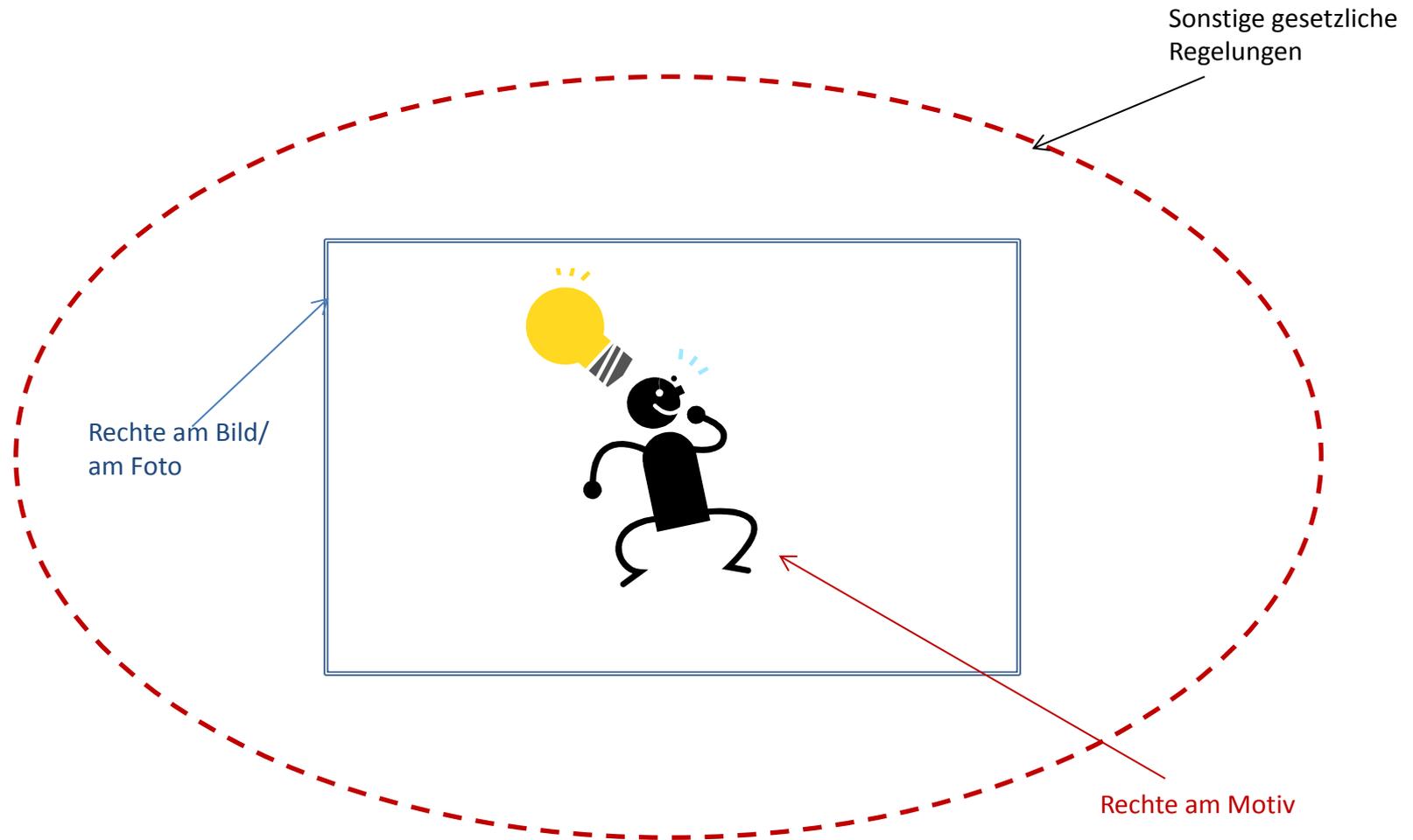
Rechte am Motiv (Persönlichkeitsrecht, Urheberrechte Dritter)	<a href="#"><u>13</u></a>
Rechte am Bild (Urheberrecht)	<a href="#"><u>16</u></a>
Sonstige Rechte	<a href="#"><u>18</u></a>
Urheberrechtsverletzungen	<a href="#"><u>19</u></a>

## **Anhang**

Einverständniserklärung (Model Release) für die fotografierten Personen
Nutzungsvereinbarung für Fotografen
Hinweisschild für Veranstaltungen

# Meins oder Deins?

Folgende Rechte müssen Sie bei der Bildauswahl im Web beachten:



# Kurze Checkliste

## für die Veröffentlichung von Bildern im Web

### Selbst fotografiert:

Sind [Personen](#) abgebildet?

- > Einverständniserklärung zur Veröffentlichung eingeholt?  
oder (bei großen Veranstaltungen)
- > vorab in der Einladung, im Veranstaltungsflyer oder während der Veranstaltung (z.B. per Hinweisschild im Anhang) darauf aufmerksam gemacht, dass Fotos für die Veröffentlichung gemacht werden?
- > Bildquelle korrekt angegeben? (zum Beispiel „Universität Osnabrück/Ihr Name“)
- > ggf. [Urheberrechte Dritter](#) beachtet? (Bei Kunstwerken, Architektur etc.)
- > ggf. [Weitere Rechte](#) (Hausrecht, Privatrecht) beachtet?

### Bild ohne Honorar überlassen bekommen:

- > Nutzung mit dem Urheber bzw. mit demjenigen, der das Bild zur Verfügung stellt, geklärt?  
(Wofür und wie lange darf ich das Foto verwenden? Hat der Urheber bzw. derjenige, der das Bild zur Verfügung stellt, die [Persönlichkeitsrechte](#) und die [Rechte Dritter](#) geklärt?)
- > Bildquelle erfragt und korrekt angegeben? (Zum Beispiel „Universität Hannover/Max Mustermann“)
- > Bildquelle ist unbekannt?  
Bildquelle mit „privat o.H.“ kennzeichnen

### Bild gekauft:

- a) Fotograf beauftragt:
  - > Nutzungsvereinbarung getroffen?  
(Wofür und wie lange darf ich das Foto verwenden? Habe ich oder hat der Fotograf die [Persönlichkeitsrechte](#) und die [Rechte Dritter](#) geklärt?)
  - > Bildquelle korrekt angegeben?
- b) Bild bei einer Agentur (z.B. Fotolia) gekauft:
  - > Allgemeine Geschäftsbedingungen gelesen? (Wichtig für die Urheberrechte und Rechte Dritter)
  - > Welche Lizenz wurde gekauft? (Wichtig für die Dauer und Art der Nutzung)
  - > Bildquelle korrekt angegeben? (z.B. „Fotolia/pixelfriend“. Ist i.d.R. in der Bildvorschau angegeben)

### Bild bearbeitet (beschnitten, Farben geändert etc.):

- > Bei fremden Bildern: [Sachaussage](#) beibehalten?

### Abgebildete Person widerruft nach Veröffentlichung ihr Einverständnis:

- > Bild von der Webseite nehmen, das Einverständnis darf für die Zukunft jederzeit widerrufen werden!

### Bild soll zusätzlich in Sozialen Netzwerken hochgeladen werden:

- > Einverständnis der abgebildeten Personen einholen!
- > Achtung bei Agenturfotos: AGB'S lesen! Bsp.: Fotolia erlaubt die Nutzung, wenn die Bildbreite 1000px nicht überschreitet und das Copyright muss **IM BILD** angegeben werden

# Häufige Fragen

? Während einer Veranstaltung habe ich dieses Foto gemacht, die Teilnehmer wurden vorher darauf hingewiesen und haben sich einverstanden erklärt, dass die Bilder für einen Bericht über die Veranstaltung im Web veröffentlicht werden. Nun würde ich das Bild gerne auf einer anderen Seite, die mit der Veranstaltung nichts mehr zu tun hat, noch einmal verwenden. Darf ich das?



Foto: Universität Osnabrück/Michael Münch

! Die abgebildeten Personen haben in diesem Fall lediglich ihre Zustimmung für die zeitnahe Berichterstattung über das Ereignis gegeben.

Tipp: Bedenken Sie vorab, ob Sie bestimmte Motive aus einer Veranstaltung dauerhaft für weitere Zwecke (Webseite, Flyer etc.) nutzen möchten und suchen Sie sich dafür einige ausgewählte Teilnehmer, die damit einverstanden sind.

? Ich habe auch noch ein anderes Bild der Veranstaltung, auf dem die Personen fast alle nur von hinten zu sehen sind. Darf ich das Bild verwenden?



Fotos: Universität Osnabrück/Michael Münch

! Eine Person ist im Bild links auch hier nach wie vor im Profil deutlich erkennbar.

Tipp: Sie schneiden das Bild zurecht (Beispiel rechts). Wenn Sie das Bild selbst gemacht haben, können Sie das ohne Weiteres tun. Wenn Sie das Bild von einem Fotografen gekauft haben, ist das Beschneiden in diesem Fall ebenfalls erlaubt, da Sie das Motiv in seiner [Sachaussage](#) nicht ändern.

? Ich habe bei Fotolia ein Bild zum Thema Studienabschluss gekauft und darf es ohne zeitliche Begrenzung für meinen Webauftritt und für meine Printprodukte verwenden. Da ich auch noch ein Motiv für Infos über ein Forschungsprojekt zum Thema Fankultur benötige, habe ich daraus einen passenden Ausschnitt geschnitten. Darf ich das?



Fotos: Fotolia/Rawpixel (M)

! In diesem Fall leider nicht, denn Sie ändern die [Sachaussage](#) des Bildes.

? Ich habe für die Infos zur Uni zwei Bilder des Schlosses gemacht. Darf ich die Bilder verwenden, obwohl ich die Personen darauf nicht nach ihrem Einverständnis gefragt habe?



Fotos: Universität Osnabrück/Elena Scholz

! Ja, Sie dürfen die Bilder benutzen, denn das Hauptmotiv sind hier der Schlossgarten und das Schloss-Hauptgebäude. Die Personen sind in diesem Fall lediglich „[unwesentliches Beiwerk](#)“.

? Wir haben einen Fotografen engagiert, der Imagebilder für die Webseite unseres Fachbereichs gemacht hat. In einer Nutzungsvereinbarung haben wir mit dem Fotografen geklärt, dass wir die Bilder unbegrenzt sowohl für die Webseite als auch für alle weiteren Printprodukte nutzen dürfen. Die Künstlerin hat sich schriftlich einverstanden erklärt, dass das Motiv von ihr und ihrem Werk auf der Webseite und im Infolyer zum Studiengang veröffentlicht wird. Was muss ich ggf. noch beachten?



Foto: Universität Osnabrück/Michael Münch

! Achten Sie darauf, dass Sie das Bild nicht so beschneiden, dass zum Beispiel nur noch ein Stück des Kunstwerks zu sehen ist, da Sie dann die Sachaussage des Bildes verändern würden und damit sowohl in die Urheberrechte des Fotografen als auch in die der Künstlerin eingreifen ([Urheberrecht](#), [Rechte Dritter](#)).

? Unsere Hilfskraft hat ein Bild aus seiner WG mitgebracht, damit sollen auf der Webseite Infos über das Leben in Osnabrück bebildert werden. Die abgebildeten Personen sind seine Gäste, sie haben nichts gegen eine Veröffentlichung einzuwenden. Die Wohnung gehört seiner Mitbewohnerin, die das Foto nicht kennt. Das Foto soll auch auf der Facebook-Seite des Fachbereichs erscheinen. Was muss ich beachten?



Foto: Universität Osnabrück/Michael Münch

! Die Wohnungseigentümerin muss ebenfalls ihr Einverständnis zur Veröffentlichung auf der Webseite geben ([Hausrecht](#), [Privatrecht](#)). Alle Beteiligten müssen gefragt werden, ob sie mit einer weiteren Veröffentlichung auf Facebook einverstanden sind!

? Wir haben von der Lagerhalle Osnabrück ein Veranstaltungsplakat als pdf erhalten, das wir auf unserer Webseite zur Ankündigung veröffentlichen dürfen. Später haben wir daraus einen Ausschnitt genommen, um auf einer anderen Seite unser Kolloquium anzukündigen, das mit der ursprünglichen Veranstaltung nichts zu tun hat. Ist das erlaubt?



Grafiken: Haus der Wissenschaft BS/HdW Braunschweig (M)

! Der Grafiker hat das Plakat für die Veranstaltung erstellt. Für die weitere Verwendung eines Ausschnitts in einem anderen Zusammenhang muss er um Erlaubnis gefragt werden ([Urheberrecht Dritter](#)).

? Wir möchten auf unserer Webseite über eine öffentliche Veranstaltung berichten und einige Bilder dazu einstellen. Es ist unmöglich, alle Personen vorher um Erlaubnis zu fragen. Welche Lösung gibt es dafür?

! Weisen Sie die Teilnehmer mit einem entsprechendem Hinweisschild während der Veranstaltung darauf hin, dass Bild- und/oder Tonaufnahmen zur Veröffentlichung für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Uni gemacht werden. Alternativ können Sie auch, wenn möglich, vorab durch einen dezent platzierten Hinweis in der Einladung/im Veranstaltungsflyer/auf dem Plakat etc. darauf aufmerksam machen.

**Achtung:** Wenn Minderjährige/Geschäftsunfähige als Motiv im Vordergrund stehen, müssen Sie i.d.R. von beiden Erziehungsberechtigten zusätzlich eine schriftliche Einverständniserklärung einholen.

**Tipp:** Nehmen sie ,wenn möglich, bereits vor der Veranstaltung mit der Schule/der Kita/den Eltern Kontakt auf und bitten um einige „Darstellerinnen und Darsteller“ für die Motive, die Sie fotografieren möchten. So können Sie bereits vorab das Einverständnis einholen.

? Wir möchten auf unserer Webseite über ein Seminar oder eine Exkursion berichten. Was muss ich beachten?

! Sie benötigen das schriftliche Einverständnis der Teilnehmerinnen und Teilnehmer für die Veröffentlichung.

# Tipps zur Bildbeschaffung

Wenn Sie **Fotos von einer Agentur** kaufen, müssen Sie sich vorab mit den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) einverstanden erklären. Sie sollten sich diese daher genau durchlesen, denn dort finden Sie in der Regel die verschiedenen Nutzungsrechte und Lizenzmodelle!

Für den Kauf von Bildern raten wir im „Uni-Weballtag“ zu Bildagenturen, die lizenzfreie Bilder anbieten ([RF-Bilder](#)). Achtung: Das bedeutet nicht, dass diese Bilder nichts kosten! Sondern es bedeutet, dass sie unabhängig von Nutzungsumfang, Verbreitungsgrad und Auflagenhöhe zu festen Honoraren verkauft werden. Und: Die Rechte Dritter sind in der Regel bereits geklärt.

## **Creative Commons (zum Beispiel Bilder in Wikipedia):**

Bilder mit der Copyright-Angabe CC sind grundsätzlich gemeinfrei hinsichtlich des Urheber- und Nutzungsrechtes. Die erlaubten Nutzungen (Verbreitung, Vervielfältigung, Bearbeitung etc.) sind jedem Bild als Symbolkombination hinzugefügt, Sie finden die Bedeutung der Symbole unter <https://creativecommons.org/licenses/>.

**Aber Achtung: Das Recht am eigenen Bild ist bei Creative Commons nicht abgegolten!**

Grundsätzlich ist Vorsicht ist geboten bei kostenlosen Bildanbietern (Fotocommunities): In der Regel sind die Rechte Dritter (siehe cc) nicht geklärt und Sie verpflichten sich (das steht meistens in den erweiterten Lizenzinfos ) als Bildnutzer, den Fotografen dafür zu kontaktieren.

# Hinweise zur Bildnutzung in Sozialen Netzwerken

Wenn Sie eigene Bilder oder Filme bei Facebook, YouTube, Instagram oder Pinterest etc. hochladen, sollten Sie sich vorab unbedingt die AGB des jeweiligen Sozialen Netzwerks genau durchlesen! Bevor Sie eigene Fotos hochladen, müssen Sie vorab die Einwilligung der abgebildeten Personen einholen! Bei Fotos von Dritten benötigen Sie außerdem die Einwilligung des Fotografen (Nutzungsrecht).

Vorsicht ist ebenfalls geboten, wenn Sie Agenturfotos in Soziale Netzwerke hochladen. Diese Nutzung eines Bildes wird in den AGB der Agenturen nicht immer eingeräumt, da z. B. Facebook automatisch eine Nutzungslizenz für alle hochgeladenen Fotos erhält. D.h., Sie geben die Nutzungsrechte, die Ihnen ursprünglich von der Agentur für das Bild eingeräumt wurden, an Facebook weiter.

Beispiel : Agentur Fotolia ([www.fotolia.com](http://www.fotolia.com) ) Hier dürfen Sie die Bilder für soziale Medien verwenden, wenn:

- Die Bildlänge 1000px nicht überschreitet und
- Sie das Copyright im Bild sichtbar angeben

# Nützliche Links und Literatur

## Thema Recht:

[www.rechtambild.de](http://www.rechtambild.de)

[www.bildkunst.de](http://www.bildkunst.de) (VG Bild-Kunst Bonn)

[www.bvpa.org](http://www.bvpa.org) (Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive)

- Wolfgang Rau: Recht für Fotografen: Der Ratgeber für die fotografische Praxis , 2012, Galileo Design
- Thomas Schwenke: Social Media Marketing und Recht, 2012, O'Reilly
- Endress Wanckel: Foto- und Bildrecht. 4. Auflage 2012, C.H. Beck

## Agenturen im Netz:

- RF- (Royalty-Free)-Agenturen (lizenzfreie Bilder: Die Bilder werden zu festen Honoraren unabhängig von Nutzungsumfang, Verbreitungsgrad und Auflagenhöhe verkauft. Achtung: Teilweise ist die Nutzung eingeschränkt, bitte für jedes Bild durchlesen. Die Rechte Dritter sind bereits geklärt.)

[www.fotolia.de](http://www.fotolia.de)

[www.f1online.de](http://www.f1online.de)

[deutsch.istockphoto.com](http://deutsch.istockphoto.com)

- RM-(Rights Managed )-Agenturen: Die Rechte für jedes Bild werden für festgelegte Nutzungsarten geklärt, für jede weitere Nutzung muss gesondert angefragt werden. Rechte Dritter etc. sind häufig nicht geklärt und müssen von den Bildnutzern selbst angefragt werden.

[www.picture-alliance.de](http://www.picture-alliance.de)

[www.akg-images.de](http://www.akg-images.de)

[www.bundesbildstelle.de](http://www.bundesbildstelle.de)

# Rechte am Motiv

## Persönlichkeitsrecht : Recht am eigenen Bild

Fotos und Filme (und auch Zeichnungen, Fotomontagen, Cartoons, Karikaturen etc.), auf denen Menschen abgebildet sind, bezeichnet man als Bildnisse. Sind die Menschen darauf erkennbar, dürfen Sie diese Bildnisse nur mit ausdrücklicher Einwilligung des Abgebildeten **verbreiten** (§ 22 KUrHG).

### Das bedeutet:

- Auf größeren Veranstaltungen, wo Sie nicht jeden Einzelnen um eine Einwilligung bitten können, sollten Sie die Teilnehmer, wenn möglich, vorab durch einen dezent platzierten Hinweis in der Einladung/im Veranstaltungsflyer etc. darauf hinweisen, dass Bild- und/oder Tonaufnahmen für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Uni gemacht werden. Alternativ können Sie auch mit einem entsprechenden Hinweisschild während der Veranstaltung darauf hinweisen.
- Wenn Sie Image-Fotos von Personen für Ihre Webseite machen (zum Beispiel Studierende im Hörsaal, im Labor, im Schlossgarten...), benötigen Sie von den abgebildeten Personen eine schriftliche Einverständniserklärung. Diese Erklärung sollte auch Infos dazu enthalten, für welche Medien Sie das Bildnis verwenden dürfen.
- Wenn Sie Bilder, auf denen Personen abgebildet sind, bei einer Agentur kaufen, sollten Sie sich in den AGB der Agentur über deren Handhabung mit dem Recht am eigenen Bild informieren.

Besondere Vorsicht ist bei Bildnissen von Minderjährigen geboten! Für die Veröffentlichung benötigen Sie i.d. R. das schriftliche Einverständnis beider Erziehungsberechtigter (bei Agenturfotos AGB lesen!)

**Es gibt einige Ausnahmen, bei denen Sie kein Einverständnis der abgebildeten Personen für die Veröffentlichung benötigen:**

Sie benötigen keine Einwilligung (**§ 23 KunstUrHG**) der abgebildeten Personen zur Veröffentlichung,

- wenn die Abgebildeten nur so genanntes Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit sind: Das heißt, sie sind zwar erkennbar, haben aber keinen Einfluss auf das Thema des Bildes
- wenn die Abgebildeten Teil einer Versammlung sind. **ACHTUNG:** Eine Versammlung ist per Definition eine Ansammlung von Menschen, die den Willen teilen, etwas gemeinsam zu tun, und die in der Öffentlichkeit stattfinden (zum Beispiel Demos, Aufzüge oder Kundgebungen). Dabei muss im Bildmotiv die Versammlung im Vordergrund stehen, nicht die Heraushebung der Teilnehmer. **Große öffentliche Veranstaltungen (Tag der offenen Tür, Konzert etc.) sind keine Versammlungen. Auch eine Gruppe von mehreren Personen, die im Schlossgarten oder im Café sitzt, ist keine Versammlung.**
- Wenn es sich um Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte handelt (zur bildlichen Information der Öffentlichkeit über zeitgeschichtliche Ereignisse) oder wenn die Veröffentlichung einem höheren Interesse der Kunst dient.

# Urheberrechte Dritter

Rechte der Künstler, deren urheberrechtlich geschützte Werke auf dem Foto zu sehen sind.

Dazu gehören Werke der bildenden Kunst (Malerei, Skulpturen, Installationen), der Baukunst (Architektur), der angewandten Kunst (Möbel, Designobjekte, Kleidung), Sprachwerke (Literatur), Tanzkunst (Figuren und Arrangements) und Fotografie (Lichtbilder und Lichtbildwerke). Wenn Sie Bilder mit Werken im Motiv veröffentlichen, müssen Sie gegebenenfalls das Urheberrecht des Künstlers beachten! Zum Beispiel dürfen Sie - außer für den privaten Gebrauch – nicht den verhüllten Reichstag von Christo veröffentlichen (geschütztes Kunstwerk) oder einen Ausschnitt des beleuchteten Eiffelturms bei Nacht (geschützte Lichtinstallation).

Ausnahmen:

- Panoramafreiheit: Fest installierte Objekte, die vom öffentlichen Raum aus fotografiert werden, dürfen Sie ohne Einverständnis veröffentlichen (dabei darf die öffentliche Perspektive nicht geändert werden, indem Sie sich zum Beispiel auf einen Balkon oder eine Leiter stellen)
- Zeitnahe Berichterstattung: Für die Berichterstattung über ein Tagesereignis (Ausstellungseröffnung etc.) brauchen Sie kein Einverständnis des Künstlers. Aber: Sie dürfen das Bild später nicht ohne Erlaubnis noch einmal in einem anderen Zusammenhang verwenden (zum Beispiel als Stimmungsbild für den Fachbereich o.ä.)
- Unwesentliches Beiwerk: Wenn das Kunstwerk nicht bestimmend für die Bildaussage ist (zum Beispiel ein Gemälde im Hintergrund an einer Wand, wenn es um die Abbildung einer Person am Schreibtisch o.ä. geht)

# Rechte am Bild

## Urheberrecht und Nutzungsrecht

Das Urheberrecht regelt das sogenannte geistige Eigentum des Urhebers (geistige Schöpfer wie Fotografen, Autoren, Maler, Komponisten etc.) an einem Werk. Es gibt dem Urheber vor allem das Recht zu bestimmen, ob, wie, wann und in welcher Form sein Werk vervielfältigt und/oder veröffentlicht wird. Der Urheber vergibt Nutzungsrechte an Dritte: **Für die Veröffentlichung im Internet gilt dabei das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung (§19a UrhG).**

Das Nutzungsrecht für ein Bild wird entweder mit dem Fotografen direkt schriftlich vereinbart ODER es ist bereits in der Lizenz enthalten, wenn Sie das Bild bei einer Agentur kaufen (z.B. Fotolia). Bei Kauf von Bildern daher immer die AGB lesen, dort finden Sie die Infos zu Nutzungsrechten. (Bei Fotolia gibt es zu jedem ausgewählten Bild einen direkten Link zu den Nutzungsrechten).

Die Nutzung eines Bildes kann auf ein Medium beschränkt sein. Das bedeutet: Ein Bild, das Sie für Ihre Internetseite erworben haben, dürfen Sie nicht unbedingt gleichzeitig für Soziale Netzwerke oder Printmedien verwenden! Dazu bitte die AGB lesen bzw. die Nutzung eindeutig mit dem Fotografen klären.

Beim Urheberrecht müssen Sie Kunstfotografien und handwerkliche Gegenstandsfotografie (Lichtbild) unterscheiden. Das ist wichtig, da Kunstfotografien in der Regel mit weitaus strengeren Lizenzbestimmungen versehen sind. Außerdem gelten unterschiedliche Fristen, wann das Urheberrecht eines Bildes erlischt (Kunstfotografie: 70 Jahre nach Tod des Urhebers, Lichtbild: 50 Jahre nach Tod des Urhebers) Achtung: auch hier kann es Ausnahmen geben, die Sie immer im Einzelfall prüfen sollten!

Kunstfotografien („persönliche geistige Schöpfungen“). Bei Unsicherheit: unter <http://www.bildkunst.de/service-fuer-nutzer/kuenstlersuche.html> nach dem Urheber suchen

Handwerkliche Gegenstandsfotografie (Lichtbilder: „schlichte Abbildung der Wirklichkeit“), zum Beispiel Pressebilder, private Fotos, dokumentarisches Ablichten von Abläufen, Reproduktionsfotos von Kunstwerken

Das Urheberrecht regelt außerdem, ob und wie Sie ein Bild verändern dürfen. Erlaubt ist, ein Bild in seiner Größe zu verändern, außerdem dürfen Sie Flecken etc. retuschieren. Nicht erlaubt ist, die Sachaussage eines Bildes ohne Erlaubnis des Urhebers zu ändern, indem Sie das Bild zum Beispiel stark beschneiden. Der Urheber kann Ihnen aber in den Nutzungsrechten das COMPOSING-Recht einräumen, bei Agentur-Bildern können Sie dies in den AGB nachlesen. Bei Fotos, die Sie von anderen Fotografen bekommen, können Sie dies in der Nutzungsvereinbarung mit aufnehmen. Wenn Sie ein Bild beschnitten haben oder eine Montage aus mehreren Fotos erstellt haben, sollten Sie dies in der Copyright-Angabe mit einem [M] kennzeichnen.

Auch wenn der Fotograf Ihnen die Nutzungsrechte an seinen Bildern einräumt, bleibt er Urheber der Werke und muss als solcher ausgewiesen werden im Fotonachweis.

In der Regel bestimmt der Urheber, wie er genannt werden möchte. Im zentralen Webauftritt werden die Einrichtung bzw. die Agentur und der Name des Fotografen genannt, zum Beispiel „Universität Osnabrück/Elena Scholz“, oder „Fotolia/Max Müller“.

Oft bekommt man Fotos von Veranstaltungen oder von anderen Unis/Einrichtungen zur Verwendung ohne Honorar überlassen. Auch in diesen Fällen sollten Sie vorab klären, wofür Sie das Bild verwenden dürfen und wie der Urheber genannt werden möchte. Ist der Urheber unbekannt, sollten Sie im Copyright mindestens „privat o.H.“ angeben.

**Wer ein fremdes Foto verwendet, ist verpflichtet, sich über den Bestand des Schutzes wie auch über den Umfang der Nutzungsberechtigung Gewissheit zu verschaffen. Dazu gehört nach der neuesten Rechtsprechung auch die Verpflichtung, die Kette einzelner Rechteübertragungen vollständig zu überprüfen.**

# Sonstige gesetzliche Regelungen

## Eigentum:

Die Veröffentlichung von Fotos mit Häusern und Autos ist zulässig (Achtung: KFZ-Kennzeichen müssen unkenntlich gemacht werden!), solange man gleichzeitig das [Urheberrecht](#) (zum Beispiel bei Baukunst), das [Persönlichkeitsrecht](#) (Privatsphäre) und das Hausrecht (Privatraum) beachtet. Diese Rechte kommen an der Uni seltener zum Tragen, beim Eigentumsrecht geht es oft um das Fotografieren Prominenter („Paparazzi-Bilder“).

## Hausrecht:

Das Hausrecht gibt den Besitzern das Recht zu bestimmen, unter welchen Voraussetzungen Fotografen ihr Haus und ihren Garten betreten und dort erstellte Fotografien veröffentlichen dürfen. Das gilt auch für Museen und öffentliche Parks, egal, ob Eintritt gezahlt werden muss oder nicht!

Weitere Rechte werden durch die Privatsphäre (Innenaufnahmen in Wohnungen etc.), gesetzliche Beschränkungen (Gerichtsverhandlungen, militärische Anlagen), Zutrittsrechte (öffentliche Veranstaltungen, Versammlungen in Innenräumen) und das Wettbewerbsrecht (z.B. vergleichende Werbung) geregelt.

# Urheberrechtsverletzungen

Wenn Sie die Urheberrechte des Fotografen, die Persönlichkeitsrechte der abgebildeten Personen oder die Urheberrechte Dritter verletzen, können diese verschiedene Ansprüche geltend machen. Am häufigsten ist der Unterlassungsanspruch: Ziel ist, dass die Bilder nicht nochmals rechtswidrig genutzt werden, sowohl bei Urheberrechtsverletzungen als auch bei Verletzungen des Rechts am eigenen Bild.

Es können auch Schadensersatzansprüche gestellt werden, dabei wird bei Urheberrechtsverletzungen meistens eine fiktive Lizenzgebühr festgelegt. Geldentschädigungen („Schmerzensgeld“) bei der Verletzung von Persönlichkeitsrechten wird nur bei besonders schwerwiegender Verletzung gefordert.

Urheberrechtsverletzungen können auch Geld- oder Haftstrafen nach sich ziehen (z.B. § 106 UrhG).

## Model Release

### Übertragung von Nutzungsrechten/ Einwilligungserklärung gem. § 22 KunstUrhG

Hiermit räume ich,

*(Vorname, Nachname, Adresse)*

der Universität Osnabrück, Neuer Graben 29, 49074 Osnabrück,

unentgeltlich sowie räumlich und zeitlich unbeschränkt das Recht zur Nutzung von Lichtbildern mit

meiner Darstellung / der Darstellung meines Kindes (Name: .....) ein.  
(Nicht Zutreffendes bitte streichen)

Inhaltlich umfasst das Recht die Nutzung in Printmedien, im Internet, in Newslettern, auf CD, DVD und sonstigen Speichermedien, insbesondere jedoch zum Zwecke der Gestaltung der Homepage der Universität Osnabrück und nachgeordneter Seiten, der Webseiten der Fachbereiche sowie in den Sozialen Netzwerken (Social Media) der Universität Osnabrück.

Das Recht zur Nutzung umfasst auch eine ggf. erforderliche Digitalisierung und eine elektronische Bildbearbeitung.

Mir ist bekannt, dass ich die Einverständniserklärung verweigern darf oder mit Wirkung für die Zukunft widerrufen kann.

Ort, Datum

Unterschrift

## Model Release

### **Transfer of usage rights / Declaration of consent in accordance with Section 22 of the German Law on the Protection of Copyright in Works of Art and Photographs (KunstUrhG)**

I hereby grant

*(first name, surname, address)*

of Osnabrück University, Neuer Graben 29, 49074 Osnabrück,

the royalty-free right, without limitation in space and time, to use photographs featuring

a picture of me / a picture of my child (name: .....).

(Please delete as appropriate)

As far as content is concerned, the right covers use in printed media, on the internet, in newsletters, on CDs, DVDs and other storage media, in particular, however, for the purpose of designing Osnabrück University website and sub-pages, School websites, as well as in Osnabrück University social networks (social media).

The usage right also includes any digitization that may be necessary and electronic image processing.

I understand that I may refuse to give a declaration of consent and that I may revoke such declaration of consent with future effect.

Place, date

Signature

## Nutzungsvereinbarung für Fotografen

zwischen der Universität Osnabrück, vertreten durch den Präsidenten der Universität Osnabrück,  
Prof. Dr. Wolfgang Lücke, Neuer Graben 29 /Schloss, 49074 Osnabrück

.....  
.....

- nachfolgend Auftraggeberin -

und

.....  
.....

- nachfolgend Auftragnehmer/in -

- Der/die Auftragnehmer/in fertigt für die Auftraggeberin Lichtbilder und stellt sie der Auftraggeberin als digitale Dateien (jpg) in ausreichender Größe zur Verfügung. Die Vergütung erfolgt über einen gesonderten Werkvertrag.
- Der/die Auftragnehmer/in überlässt der Auftraggeberin fotografische Aufnahmen ohne Honorar (Zutreffendes bitte ankreuzen)

Gegenstand der Aufnahmen ist

.....  
.....

Die Aufnahmen sollen in der Zeit vom ..... bis .....  
in..... gefertigt werden.

Die Auftraggeberin stellt dafür Folgendes zur Verfügung:

.....  
.....

Der/die Auftragnehmer/in sichert der Auftraggeberin zu, dass sämtliche von ihm/ihr gefertigten/überlassenen Aufnahmen in jeder Hinsicht frei von Rechten Dritter sind. Soweit Personen abgebildet werden, trägt der/die Auftragnehmer/in die Gewähr dafür, dass deren Einverständnis hierzu, einschließlich des vorgesehenen Verwendungszwecks, vorliegt.

Der/die Auftragnehmer/in räumt der Auftraggeberin das ausschließliche, ohne die Zustimmung des/der Urhebers/Urheberin übertragbare und räumlich, zeitlich und inhaltlich unbeschränkte Nutzungsrecht an allen urheberrechtlich geschützten Arbeitsergebnissen ein. Das schließt auch die öffentliche Zugänglichmachung auf sämtlichen Webseiten der Universität Osnabrück und in den Sozialen Netzwerken der Universität Osnabrück ein. Das schließt auch das Recht der unentgeltlichen Weitergabe von Motiven an Dritte mit ein sowie die Verwendung der Aufnahmen für eigene Merchandising-Artikel wie T-Shirts, Ansichtskarten, Kalender etc. Das Recht zur Nutzung umfasst auch eine ggf. erforderliche Digitalisierung sowie das Recht zu elektronischen Bildbearbeitungen, soweit hierdurch das Werk nur unwesentlich verändert wird. Der/die Auftragnehmer/in stellt ihrerseits die Auftraggeberin von evtl. Ansprüchen Dritter frei.

Das Recht des Weiterverkaufs (nach Rücksprache mit der Auftraggeberin) der Aufnahmen an Dritte zu deren Zwecken bleibt bei dem/der Urheber/in. Der /Die Urheber/in hat nach Rücksprache mit der Auftraggeberin das Recht, die Aufnahmen für Zwecke der Eigenwerbung zu nutzen.

.....  
Osnabrück, den

.....  
Universität Osnabrück

.....  
Auftragnehmer/in



**Von der Veranstaltung werden  
Bild- und Tonaufnahmen für die  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
der Universität Osnabrück gemacht.**

Kontakt: [pressestelle@uni-osnabrueck.de](mailto:pressestelle@uni-osnabrueck.de)