

Art—Lawyer Magazin

GOOGLE+ VS. FACEBOOK: DAS FOTORECHT

Autor: RA Jens O. Brelle & Denise Jurack
Datum: 24.10.2011

Wer bei Google+ oder anderen sozialen Netzwerken Fotos hochladen oder Inhalte teilen will, sollte sich immer vorher fragen, wem die Rechte daran gehören. Ist man selbst Urheber eines Fotos, wird es wohl kaum zu Problemen kommen. Hat man aber ein ausschließliches Nutzungsrecht an jemand anderen vergeben, kann es hier schnell problematisch werden.

Grundsätzlich wird der Nutzer in den Nutzungsbedingungen darüber informiert, wie das jeweilige soziale Netzwerk mit den Rechten an Bildern umgeht. Im Großen und Ganzen unterscheiden sich diese wenig voneinander. Bei Facebook werden jeden Monat rund 6.000.000.000 Fotos hochgeladen. Dass es sich in Anbetracht dieser hohen Zahl immer um rechtlich sauber Fotos handelt, kann ernsthaft bezweifelt werden. Und auch um den Umgang von Facebook mit den Nutzerfotos ranken, sind ranken sich Geschichten und Halbwahrheiten. Eine zeitlang kursierte das Gerücht, Facebook könne mit den Bildern seiner Nutzer Werbung machen. Ganz so einfach kann Facebook das nicht. Aber die Nutzungsbestimmungen könnten es theoretisch zulassen, wenn man die Klauseln entsprechend auslegt. Einen eindeutigen Satz findet man bei Facebook nicht. Nutzer sollten daher ihre Kontoeinstellungen regelmäßig überprüfen, da sich die Bestimmungen und Möglichkeiten, die Facebook bietet, immer wieder verändern können.

Google+ hat sich von Anfang an einen verantwortlichen Umgang mit den Daten seiner Nutzer auf die Fahnen geschrieben. Und in der Tat, die Nutzungsbedingungen lesen sich im Vergleich zu den von Facebook, einfach und verständlich. Hier räumt der Nutzer Google+ lediglich die Rechte ein, die es zur Ausführung des Dienstes benötigt. In den Nutzungsbedingungen liest sich das dann so: „Indem Sie urheberrechtlich oder sonst rechtlich geschützte Inhalte wie beispielsweise Texte, Bilder, Videos, Audiofiles oder Computersoftware in einen bestimmten Dienst einstellen, räumen Sie dadurch Google und den zur Google Gruppe gehörenden Unternehmen sowie den Vertragspartnern von Google die notwendigen, nicht-ausschließlichen und

Google+ vs. Facebook: Das Fotorecht (Anfang)

Art—Lawyer Magazin

weltweiten, zeitlich unbegrenzten Rechte ein, dies Inhalte ausschließlich zum Zweck der Erbringung des jeweiligen Dienstes und lediglich in dem dafür nötigen Umfang zu nutzen.“

Klingt soweit gut und bedeutet, dass Google oder Dritte kein Recht haben, die Inhalte selbst zu verwenden. Außerdem endet die Lizenz, anders als bei Facebook, sobald der Nutzer den Inhalt entfernt oder sich entscheidet, dass der Inhalt nicht mehr der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden soll.

Es handelt sich jedoch nicht um einen Freibrief zum Hochladen aller möglichen Inhalte. Vielmehr muss jeder Nutzer sich auch weiterhin im Klaren darüber sein, wem die Rechte an den Inhalten gehören. Ist man selbst Urheber, hat aber einem Dritten ein exklusives Recht eingeräumt, kann es schnell problematisch werden, da man, auch wenn man z.B. ein Foto auf sein eigenes Profil lädt, Facebook und Co. Nutzungsrechte einräumt. Das exklusive Nutzungsrecht berechtigt den Inhaber dazu, das Werk unter Ausschluss aller anderen Personen auf die ihm erlaubte Art zu nutzen und Dritten Nutzungsrechte einzuräumen. Der Urheber kann vom Inhaber der Nutzungsrechte sogar von der Nutzung ausgeschlossen werden. Das gilt für alle sozialen Netzwerke oder Seiten, auf denen Inhalte geteilt werden können. Weiter gilt aber auch, dass auch in allen Netzwerken die Netiquette von den Nutzern eingehalten werden sollte. Auf Fotos der letzten Party sieht nicht jeder vorteilhaft aus und witzig ist das meist nur für die anderen.

Art Lawyer

Jens O. Brelle

Rechtsanwalt

Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht

Erstmals veröffentlicht in:

AL Magazin

Google+ vs. Facebook: Das Fotorecht (Fortsetzung)

© 2001 - 2012 Art Lawyer

Seite (2/3)

Art—Lawyer Magazin

KONTAKT:

Art Lawyer
RA Jens O. Brelle

Auf dem Sande 1, Block E / 2.Etage
20457 Hamburg-Speicherstadt
Telefon +49 (0)40 24 42 18 46
Telefon +49 (0)40 24 42 18 48
E-Mail info@art-lawyer.de
Internet <http://www.art-lawyer.de>

Google+ vs. Facebook: Das Fotorecht (Fortsetzung)

© 2001 - 2012 Art Lawyer
Seite (3/3)