

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
11 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, digitale Medien, Hörfunk, TV, Film und Software

BGH: Abbildungen von Fototapeten stellen keine Verletzung der Urheber-Rechte dar

Der unter anderem für das Urheberrecht zuständige I. Zivilsenat des **Bundesgerichtshofs** in Karlsruhe hat in drei Revisionsverfahren entschieden, dass die Nutzung von Abbildungen einer Fototapete im Internet die nach dem Urheberrechtsgesetz geschützten Rechte an den auf der Tapete abgedruckten Fotografien nicht verletzt (Urteile vom 11. September 2024 – Az.: I ZR 139/23; I ZR 140/23; I ZR 141/23).

Die Veröffentlichung von Fotos oder Videos im Internet, bei denen im Hintergrund eine Fototapete zu sehen ist, stellt keine Verletzung der Urheberrechte dar, sofern die Nutzung der Fototapete nicht vertraglich eingeschränkt ist. In den drei vorliegenden Streitfällen fehlte es an dieser Einschränkung, die zudem auch für Dritte klar erkennbar sein muss.

In allen drei Fällen bestätigte der BGH die Entscheidungen des **Amtsgerichts Düsseldorf** und des **Landgerichts Düsseldorf**.

Zum Sachverhalt

Klägerin in allen drei Fällen ist ein von einem Berufsfotografen gegründetes Unternehmen mit Sitz in Düsseldorf, das von dem Fotografen angefertigte Lichtbilder als Fototapeten vermarktet.

Die Beklagte im Verfahren I ZR 139/23 erwarb über eine Internetseite eine Fototapete, auf der eine Fotografie abgedruckt ist, an der die Klägerin Rechte beansprucht. Die Beklagte ließ die Tapete an einer Wand in ihrem Haus anbringen. Die Tapete war in mehreren Video-Beiträgen auf ihrem Facebook-Auftritt im Hintergrund zu sehen.



Foto: Joe Milecki

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs macht einen Berufsfotografen auf die allgemeine Lebenserfahrung aufmerksam.

Die Beklagte im Verfahren I ZR 140/23 betreibt eine Web- und Medien-Agentur. Sie stellte ein Bildschirm-Foto der von ihr gestalteten Internetseite eines Tenniscenters auf ihrer eigenen Internetseite ein. Auf dem Bildschirm-Foto ist der Gastraum des Tenniscenters mit einer Fototapete zu sehen, an deren Bildmotiv die Klägerin die Urheberrechte beansprucht.

Der Beklagte im Verfahren I ZR 141/23 verwendete eine Fototapete mit einem Bildmotiv, an dem die Klägerin Rechte beansprucht, als Wandtapete in einem Zimmer des von ihm betriebenen Hotels. Die Wandtapete ist auf einem Foto erkennbar, mit dem der Beklagte seine Dienstleistungen im Internet bewarb.

Die Klägerin ist der Auffassung, die Abbildungen der Fototapeten auf Fotos und Videos im Internet verletze die ihr vom Fotografen eingeräumten Nutzungsrechte an den auf den Tapeten abgedruckten Fotografien. Sie hat die Beklagten in allen Verfahren auf Schadensersatz und Erstattung von Abmahnkosten sowie im Verfahren I ZR 141/23 zusätzlich auf Auskunft über den Umfang der Verwendung der Fotografie in Anspruch genommen.

Die Entscheidungsgründe des Bundesgerichtshofs

Alle drei Revisionen der Klägerin blieben durchweg ohne Erfolg. Die auf § 97 Abs. 1 und 2 UrhG, § 97a Abs. 3 UrhG sowie § 242 BGB gestützten Ansprüche auf Schadensersatz, Erstattung der Abmahnkosten und Auskunftserteilung sind unbegründet, weil der durch die Beklagten jeweils vorgenommene Eingriff in das Vervielfältigungsrecht und das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung – wie das Berufungsgericht mit Recht angenommen hat – aufgrund einer konkludenten Einwilligung des Urhebers gerechtfertigt war.

Ob ein Verhalten des Berechtigten als schlichte Einwilligung in den Eingriff in ein durch das Urheberrechtsgesetz geschütztes Recht anzusehen ist, hängt von dem objektiven Erklärungsinhalt aus der Sicht des Erklärungsempfängers ab. Dabei ist maßgeblich, ob es um nach den Umständen übliche Nutzungshandlungen geht, mit denen der Berechtigte rechnen muss, wenn er sein Werk Nutzern ohne Einschränkungen frei zugänglich macht.

Fortsetzung auf Seite 2

Fortsetzung von Seite 1

Das Berufungsgericht ist in allen Verfahren in rechtsfehlerfreier tatgerichtlicher Würdigung und im Einklang mit der Lebenserfahrung davon ausgegangen, dass die Vervielfältigung durch Anfertigung von Fotografien und Video-Aufnahmen in mit Fototapeten dekorierten Räumen sowie das Einstellen dieser Fotografien und Videos im Internet - sowohl zu privaten als auch zu gewerblichen Zwecken - üblich ist und damit im für den Urheber vorhersehbaren Rahmen der vertragsgemäßen Verwendung der Fototapeten lag. Dem Urheber steht es frei, im Rahmen des Vertriebs vertraglich Einschränkungen der Nutzung zu vereinbaren und auf solche Einschränkungen – etwa durch das Anbringen einer Urheberbezeichnung oder eines Rechtsvorbehalts – auch für Dritte erkennbar hinzuweisen. Daran fehlte es in den Streitfällen.

Das Berufungsgericht ist mit Recht davon ausgegangen, dass sich auch die im Verfahren I ZR 140/23 in Anspruch genommene Web- und Medien-Agentur auf eine wirksame konkludente Einwilligung berufen konnte. Die Wirksamkeit einer Einwilligung setzt nicht voraus, dass sie gegenüber demjenigen erklärt wird, der in Urheberrechte eingreift. Ausreichend ist ein Verhalten des Berechtigten, dem aus der Sicht eines objektiven Dritten die Bedeutung zukommt, dass der Berechtigte den Eingriff in seinen Rechtskreis gestattet. Nicht nur die Käufer von ohne Einschränkungen veräußerten Fototapeten, die ihre Räumlichkeiten damit dekorieren, Fotografien und Videoaufnahmen dieser Räume fertigen und diese im Internet einstellen, können sich auf eine konkludente Einwilligung des Urhebers in die dabei erfolgende Vervielfältigung und öffentliche Zugänglichmachung der für die Foto-

tapete verwendeten Fotografie berufen. Vielmehr können sich auch Dritte auf eine konkludente Einwilligung des Fotografen stützen, wenn ihre Nutzungshandlungen aus objektiver Sicht als üblich anzusehen sind.

Der Bundesgerichtshof hat außerdem die in allen Verfahren getroffene Annahme des Berufungsgerichts gebilligt, dass Ansprüche wegen Verletzung des Urheberbenennungsrechts gemäß § 13 Satz 2 UrhG nicht bestehen, weil der Urheber im Rahmen des Vertriebs der Fototapeten auf dieses Recht durch schlüssiges Verhalten verzichtet hat. (ps)

Die 11 neuen Titel

F	
Fast perfekte Frauen	
H	
Hass.Hetze.Hoffnung - Der Mord an Li Yangjie	
Helft uns! Die Familienretter	
j	
jobrad	
L	
Leinen los. Das AIDA Wimmelbuch	
M	
Medizin trifft Finanzen	
N	
Nobody Is Perfect	
Nobody is perfect - Wer besser spinnt, gewinnt!	
Q	
Quatsch & Weisheit – Kinder reden. Über die Welt. Und überhaupt.	
T	
Trödeltrupp on Tour - Schatzjagd durch Europa	
W	
Werte als Wegweiser	

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für eine Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

Helft uns! Die Familienretter

Hass.Hetze.Hoffnung - Der Mord an Li Yangjie

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien einschließlich Printmedien, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste sowie Onlinemedien und Multimediaanwendungen sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

HEUSSEN Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,
Brienner Straße 9, 80333 München

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für:

Nobody Is Perfect

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Constantin Entertainment GmbH,
Carl-Zeiss-Ring 3, 85737 Ismaning**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für:

Leinen los. Das AIDA Wimmelbuch

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**AIDA Cruises, German Branch of Costa Crociere S.p.A.,
Am Strande 3d, 18055 Rostock**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für:

Medizin trifft Finanzen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Anna Romalis-Kooraram,
Postfach: Postfach 82 05 10 ,81805 München**

Über **74.000**

archivierte Titel!

Recherchieren Sie kostenlos unter

www.titelschutzanzeiger.de

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Werte als Wegweiser

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Printmedien, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste sowie Online-Medien und Multimedia-Anwendungen sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

**BRANDI Bielefeld GbR,
Adenauerplatz 1, 33602 Bielefeld**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir in Vertretung einer Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Quatsch & Weisheit – Kinder reden. Über die Welt. Und überhaupt. Fast perfekte Frauen

in sämtlichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen, Abwandlungen, Schriftarten und grafischen Gestaltungen sowie mit allen Zusätzen in allen Medien einschließlich Tonträgern, Bildtonträgern, audiovisuellen, elektronischen und digitalen Medien und Netzwerken, inklusive Offline- und Onlinedienste, Domain-Bezeichnungen im Internet sowie für Mobilfunkdienste, Multimediaanwendungen, Film, Rundfunk-, Hörfunk- und Fernsehsendungen, Promotion für Film sowie Rundfunk-, Hörfunk- und Fernsehsendungen, Musik- und Bühnenveranstaltungen, Tourneen, Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen jeder Art, für Merchandising in jeglicher Form, für Druckerzeugnisse und Printmedien aller Art sowie für Software-Erzeugnisse und Datenträger.

**SNP Schlawien Partnerschaft mbB Rechtsanwälte Steuerberater,
Bismarckallee 10, 79098 Freiburg**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für eine Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

Trödeltrupp on Tour - Schatzjagd durch Europa Nobody is perfect - Wer besser spinnt, gewinnt!

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien einschließlich Printmedien, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste sowie Onlinemedien und Multimediaanwendungen sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

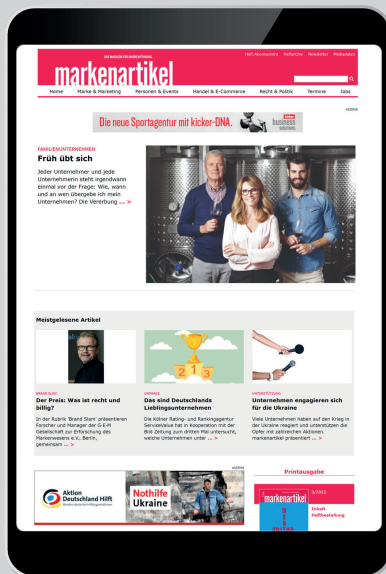
**HEUSSEN Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,
Brienner Straße 9, 80333 München**

Über **74.000** archivierte Titel!

Recherchieren Sie kostenlos unter

www.titelschutzanzeiger.de

www.markenartikel-magazin.de



**Täglich neue Meldungen rund um die Marke
sowie Personalien und Veranstaltungen
aus der Markenwelt.**

**Der markenartikel-Newsletter erscheint 2x wöchentlich
mit frischen Marken-News.**

Vernetzen Sie sich mit uns via unserer LinkedIn-Präsenz



Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16 · 22041 Hamburg

Fon: +49 40 609009-0 · Fax: +49 40 609009-66

www.titelschutzanzeiger.de · auftrag@titelschutzanzeiger.de

Verleger/Herausgeber: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) (ps)

Titelschutzanzeigen: Silke Reyher-Timmann (verantwortl.) (-54)

Redaktion: Silke Reyher-Timmann (-54)

Der Titelschutz Anzeiger

Erscheinungsweise: wöchentlich freitags als PDF
monatlich als Printexemplar

Druckauflage: 5.400

Verbreitete Auflage: 5.200

ISSN: 2568-9762

Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare,
Geschäftsführer und Entscheider in
Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten,
Produzenten von audiovisuellen, digitalen
und elektronischen Medien (Film, Fernsehen,
Video, Tonträger, Software)

Bezugspreis Printexemplar: p.a. 60,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.
(Ausland: zzgl. Versandkosten)
– für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 110,- Euro,
jeder weitere Titel innerhalb einer
Anzeige 20,- Euro, jeweils zzgl. USt.
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 11
vom 1.1.2021

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Handelsregister HRA 96 228
Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2024 Presse Fachverlag, Hamburg. Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugsweise Nachdruck oder Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der systematischen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung. Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel erhalten Sie über PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de