Wenn schon kostenlos, dann aus vertrauenswürdiger Quelle – Lizenz prüfen mit lizenz.cc

Quellen für kostenlose Fotos gibt es im Internet viele. Wir haben bereits darüber berichtet, dass derartige Angebote sicherlich verlockend sind, dass aber im Regelfall nicht bzw. kaum überprüft wer der Spender der kostenlosen Bilder ist. Stellt sich nach Verwendung eines solchen (vermeintlich kostenlosen) Bildes heraus, dass der Upload gar nicht autorisiert war, steht der Bildverwender im Streitfall vor dem Problem, dass Regressforderungen oft ins Leere laufen …

Einen guten Artikel zu dem Thema haben die Rechtsanwälte Dennis Tölle und Florian Wagenknecht auf Ihrer Webseite rechtambild.de veröffentlicht.

Hier geht es darum, dass der Bildverwender die sogenannte Rechtekette bis zum Urheber selbst prüfen sollte. In der Praxis gestaltet sich das oft schwierig bis unmöglich.

Wir haben bei unserem freien Portal ccnull.de verschiedene Dinge unternommen, um Bildverwendungen ein wenig sicherer zu machen:

1. Es wird zwischen „normalen“ und „verifizierten“ Fotografen unterschieden. Letztgenannte Fotografen sind besonders gekennzeichnet. Eine Verifizierung kann erlangt werden, indem

die Postanschrift überprüft wird. Durch Zusendung eines Codes per Brief kann bestätigt werden, dass der Fotografe zu der Zeit dort erreichbar ist. Eine solche Verifizierung ist für 24 Monate gültig und erhöht die Chance, dass der Uploader des Fotos im Streitfall auch ermittelt werden kann.

2. Neben den Fotos kann auch eine Lizenzurkunde generiert und heruntergeladen werden. Diese beinhaltet Alle Informationen zum Bild, dem Portal, von dem es heruntergeladen wurde, den zugehörigen Lizenztext und einen Prüfcode. Dieser Code lässt sich auf der Webseite lizenz.cc eingeben und die Gültigkeit der Lizenz bestätigen

Der Die Lizenz kann dank QR Code auf der Lizenzurkunde direkt mit dem Handy überprüft werden und zeigt Gültigkeit und Lizenztext an. (Mockup by pixeden.com)

Durch diese beiden Funktionen leisten wir einen großen Beitrag zur möglichst rechtssicheren Verwendung von (kostenlosen) Fotos. Die Kontaktaufnahme mit dem Urheber vor einer Bildverwendung bleibt aber auch weiterhin ein gutes Mittel, um sich abzusichern.

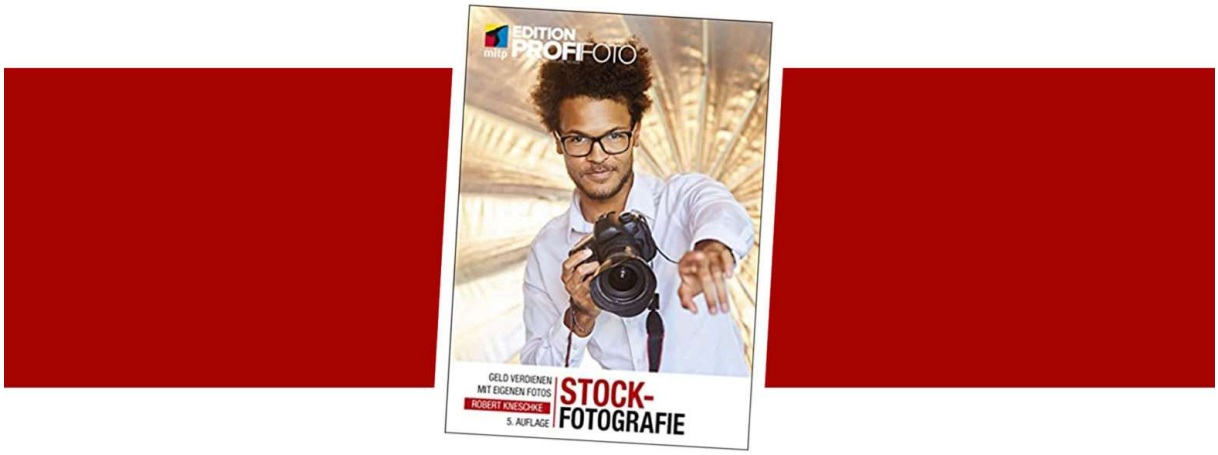
Wir möchten dem Dienst lizenz.cc künftig etablieren, damit auch weitere Portale den eigenen Nutzern ein einfaches Mittel zur Überprüfung einer rechtmäßig erhaltenen Lizenz anbieten können.

Buchtipp: Sebastian Deubelli: Fotografie und Recht im Fokus – Urheberrecht einfach und locker erklärt

Wenn es um Recht und Gesetz geht, erwartet man oft schwer verständliche und dicke Bücher, bei denen man hinterher oft nicht schlauer ist, als vorher. Sebastian Deubelli erreicht erfreulicherweise mit diesem Buch genau das Gegenteil. Er erklärt das Urheberrecht und die damit verwandten Themen in kurzen abgeschlossenen Kapiteln anhand praktischer und somit leicht verständlicher Beispiele und Geschichten. Das Buch ist sowohl für weniger erfahrene Fotografen als auch für Bildverwender eine gute Lektüre mit zahlreichen nützlichen Tipps. Abgerundet wird das Angebot mit kurzen Checklisten zu den unterschiedlichen Themengebieten. Am Ende steht die Erkenntnis „Dieses Urheberrecht ist gar nicht so kompliziert, wie alle sagen …“ – Sehr lesenswert!

Das Buch gibt es u.a. bei Amazon (Affiliate Link) für 24,99 EUR
Beitragsbild: Buchcover „Deubelli – Fotografie und Recht im Focus“, mitp Verlag

Buchtipp: Robert Kneschke: Stockfotografie – Mehr als ein Standardwerk



Die Presse schreibt bei „Stockfotografie“ von Robert Kneschke oft von „Standardwerk“ auf diesem Gebiet. Tatsächlich geht die nunmehr 5. Auflage dieses fast 500seitigen Buches noch darüber hinaus. Jeder, der sich mit dem Thema Stockfotografie beschäftigt, sollte dieses Buch gelesen bzw. durchgearbeitet haben.

Kneschke unterteilt das Buch in zwei Bereiche: 1. Fotos machen und 2. Fotos verkaufen. Somit ist das Buch nicht nur eine kreative und technische Handreichung, sondern auch ein betriebswirtschaftlicher Ratgeber, wie man mit Fotos Geld verdienen kann. Hierbei wird in 32 Kapiteln kaum ein Thema ausgelassen. Von der einfachen Einführung über die Geschichte und den Sinn der Stockfotografie bis hin zu komplexen Statistiken, Auswertungen und Erfahrungsberichten.

Selbstverständlich spielen Technik und Inspiration in dem Buch eine große Rolle. Hier versteht es der Autor hervorragend, seine persönlichen Erfahrungen einzubringen und erklärt seine Technik oft anhand anschaulicher Bilder und Skizzen. Robert Kneschke ist sehr detailverliebt und immer „up-to-date“. Dies erkennt man daran, dass

er auf das (durchaus wichtige) Thema „Verschlagwortung“ 25 Seiten verwendet, die diesem oft vernachlässigten Bereich aber den notwendigen Raum geben, um die Wichtigkeit zu unterstreichen. Selbstverständlich beschäftigt sich Kneschke auch mit der aktuellen Entwicklung am Bildermarkt und neuen Techniken (mobile Foto-Apps) sowie Vertriebswegen. Die Aufschlüsselung der Umsätze einzelner Fotografen ist zwar motivierend und lesenswert, jedoch im Vergleich zu vielen anderen Bereichen in dem Buch nicht 1:1 reproduzierbar.

Es ist eines der wenigen Bücher, bei denen sich die Frage nicht stellt, ob man sich eine aktualisierte Ausgabe kaufen sollte oder nicht. Die Antwort lautet: Ja. Unbedingt! Das „alte“ Buch kann man wunderbar an Neueinsteiger verschenken. Ambitionierte Stock-Fotografen werden jedoch in jedem Update interessante und wichtige neue Erkenntnisse finden, die der Autor neben seiner Tätigkeit als Fotograf recherchiert hat.

Ein Bereich, der in einer kommenden Ausgabe noch ein wenig mehr Beachtung bekommen könnte, wäre vielleicht ein Kapitel, dass sich mit der Entwicklung vom Einzelkämpfer zum Unternehmen beschäftigt. Wer in diesem Business erfolgreich werden und bleiben möchte, der wird es langfristig nicht ein Solo-Fotograf schaffen. Wie bei Kneschke selbst braucht man ein starkes und gut organisiertes Team. Hier wären sicher Einblicke in den Alltag und die Struktur an einem praktischen Beispiel mit Organisation und Zeitplan sehr interessant.

Doch schon jetzt ist es das umfassendste Werk in diesem Bereich, das man bedenken los jedem empfehlen kann, der mit Fotos Geld verdienen möchte. Da sind die knapp 40 EUR für dieses Buch eine wirklich sinnvolle Investition.

Buch bei Amazon kaufen: https://amzn.to/39ViXPG (Affiliate)

Foto: Blick ins Buch von Robert Kneschke, „Stockfotografie“

Robert Kneschke: Stockfotografie
Geld verdienen mit eigenen Fotos
(mitp Edition ProfiFoto)
ISBN: 978-3747500927

Beitragsbild:
Buchcover „Robert Kneschke – Stockfotografie“, mitp Verlag

Creative Commons: Reformvorschlag

Wir hatten vor einiger Zeit hier im Blog überlegt, ob Creative Commons evtl. zu kompliziert ist. Da wir uns als Bildagentur diesen Verbreitungsweg mit einem kleinen Teil unserer Bilder nutzen, um für unsere Fotografen zu werben, haben wir vielleicht ein anderes Verständnis dafür, als der Endverbraucher. Zwar gibt es viele gute Erklärungen, aber schon die Ausführlichkeit selbiger lässt erahnen, dass man eine CC-Lizenz vielleicht doch nicht in einem Satz erklären kann.

Seit Einführung der Creative Commons Lizenzen vor ca. 20 Jahren hat sich einiges verändert. Jedoch nicht immer nur zum Guten – zumindest nicht aus Sicht der Fotografen. Egal, wie einfach oder kompliziert eine Regelung ist – man sollte sie schon befolgen, da die Regelung selbst sonst überflüssig wird. Aus dem Grund lehnen wir die CC 4.0 Lizenz auch ab, die bei Verstößen eine „Heilungs-Frist" von 30 Tagen vorsieht. Es gäbe für Bildverwender gar keinen Grund mehr, sich an die Regeln zu halten. Man müsste in dem Fall ja erst tätig werden, wenn der Rechteinhaber den Verstoß meldet. Das wäre vergleichbar mit eine Situation, dass man bei einem falsch geparkten Auto keinen Strafzettel erhält, sondern lediglich einen

Hinweis, dass ein Strafzettel folgt, wenn man sein Auto nicht innerhalb von 30 Tagen wegfährt. Folglich könnte man sein Auto überall abstellen, wenn man ohnehin nur beabsichtigt für kurze Zeit irgendwo zu stehen. Die Folge wäre, dass sich kaum jemand mehr einen Parkschein zieht oder sich an Regeln hält. Am Ende macht diese Regelung für den Rechteinhaber lediglich mehr Arbeit.

Obwohl wir unsere CC-Bilder unter der 2.0 Lizenz anbieten senden wir – ohne dazu rechtlich verpflichtet zu sein – einen Hinweis mit Bitte zur Nachbesserung, wenn wir einen Verstoß sehen. Dabei halten wir 48 Stunden für eine angemessene Reaktionszeit. Schließlich hat fast jeder ein Smartphone und kann von überall aus Informationen empfangen.

Unser Reformvorschlag

Wir haben uns ein paar Punkte überlegt, wie man die Creative Commons Lizenzen reformieren, modernisieren und an den Arbeitsalltag anpassen kann.

1. Wichtige Bausteine

Wie bisher auch, setzt sich die Lizenz aus den wichtigen Bausteinen:

- 0 (null) = völlig freie Lizenz, keine Angaben erforderlich
- BY = Nennung des Urhebers erforderlich
- NC = Keine kommerzielle Verwendung
- ND = Keine Veränderungen gestattet
- SA = Weitergabe unter gleichen Bedingungen

Diese Bausteine sind die **Pflichtangaben**. Anhang der kurzen Liste ist für jeden leicht verständlich, wie sich der Urheber den Umgang mit seinem Werk vorstellt und welche Angaben gefordert werden. Diese Bedingungen **müssen** zwingend erfüllt werden. Ist es einem Urheber egal, was mit seinem Werk passiert, dann kann er ja die CC0-Lizenz wählen. Fordert er jedoch explizit eine der genannten weiteren Angaben, dann sind diese zu erfüllen. Ohne „Heilungs-Frist“! Neben den Ausführungen oben würde sich die Frage stellen, was passiert, wenn ein Urheber die kommerzielle Verwendung

ausschließt, der Bildverwender aber munter Geld mit seinen Bildern verdient – bis er darauf hingewiesen wird dies zu unterlassen. Dadurch werden die wirtschaftlichen Interessen der Bildverwender über die der Urheber gestellt. Ein falsches Signal.

2. zusätzliche Angaben

Ergänzend zu den genannten Bausteinen gibt es noch weitere Dinge, die bei der korrekten Verwendung der Bilder unter Creative Commons Lizenz erforderlich sind:

- Benennung des Original-Titels
- Verlinkung des Bildes mit der Quelle
- Angabe und Verlinkung der Lizenz

An dieser Stelle macht eine „Heilungs-Frist" durchaus Sinn. Dieser Bereich kann sehr umständlich und komplex werden und hier können sich auch schnell Fehler einschleichen. Angaben zur Lizenz schaden jedoch nicht direkt dem Urheber. Auch die Angabe des Originaltitels ist von eher untergeordneter Wichtigkeit. Lediglich die Verlinkung mit der Quelle ist im Bezug auf Backlinks durchaus relevant. Wenn diese Verlinkung nachgeholt wird ist es jedoch unproblematisch. Wenn das Bild ohnehin nur kurz online wäre, dann bringt auch dieser Backlink im Regelfall wenig.

3. Regelung für die Verwendung in sozialen Netzwerken

Die Verwendung in sozialen Netzwerken ist bisher nicht bzw. nur sehr schwammig geregelt. Viele Netzwerke lassen sich vom Uploader eines Bildes vollumfängliche Rechte einräumen, inkl. des Rechts auf Unterlizenzierung. Somit wäre für Bildverwender eigentlich jedes Bild für die Verwendung tabu, das über die CC0-Lizenz hinausgeht. Die gängige Praxis sieht jedoch anders aus. Hier muss auch zwischen Vorschaubildern (Bilder die das Netzwerk automatisch setzt, wenn ein Artikel verlinkt wird) und hochgeladenen Bildern (explizit übertragene Fotos) unterschieden werden. Die Verwendung von Vorschaubildern sollte in Creative Commons generell gestattet werden. Alles Andere wäre Praxisfern.

Beim Hochladen von Bildern sollte der Urheber ein Mitspracherecht bekommen. Dazu wäre die Schaffung eines zusätzlichen Bausteins sinnvoll:

- NS (No Social): Keine Verwendung in sozialen Netzwerken

Dieser neue Baustein sollte dann auch so behandelt werden, wie die unter 1. Aufgeführten Bausteine. Die Entscheidung, ob ein Bild in sozialen Netzwerken geteilt werden darf oder nicht ist ebenfalls eine Pflicht Angabe. Hier ist eine „Heilung" deshalb nicht möglich, da eine einmal erteilte Lizenz (vom Uploader an das Netzwerk) nicht widerrufen werden kann.

Zusammenfassung

Die Grund-Idee der Creative Commons Lizenzen finden wir weiterhin gut. Es müssen nur von zeit zu Zeit Anpassungen vorgenommen werden und Dinge korrigiert werden, die fasche Signale senden. Daher wünschen wir uns folgende Änderungen:

- Pflicht zur Beachtung der wichtigen Bausteine
- Heilungs-Frist bei untergeordneten Verstößen
- Regelung für die Verwendung in sozialen Netzwerken

Das sind die ersten Ansätze, die möglichst einfach gehalten und so allgemein verständlich sind.

Offene Fragen und Bedarf zur Konkretisierung

Einige Punkte sind bisher ein wenig „schwammig" formuliert. Hier mussten in der Vergangenheit oft Gerichte entscheiden. Dort werden entsprechende Kapazitäten gebunden und es bleibt eine Rechtsunsicherheit.

- Wie sieht die „angemessene Kennzeichnung" aus?
- Wie sind „Vorschaubilder" zu behandeln?
- Was ist eine kommerzielle / nicht kommerzielle Verwendung?
- Welche Folgen (ggf. Kosten) sind bei einem Verstoß zu erwarten?
- Wie ist mit Anwaltskosten bei Abmahnungen zu verfahren?

Zu diesen Punkten machen wir uns gerade Gedanken. Unsere ersten Ansätze dazu lauten wie folgt:

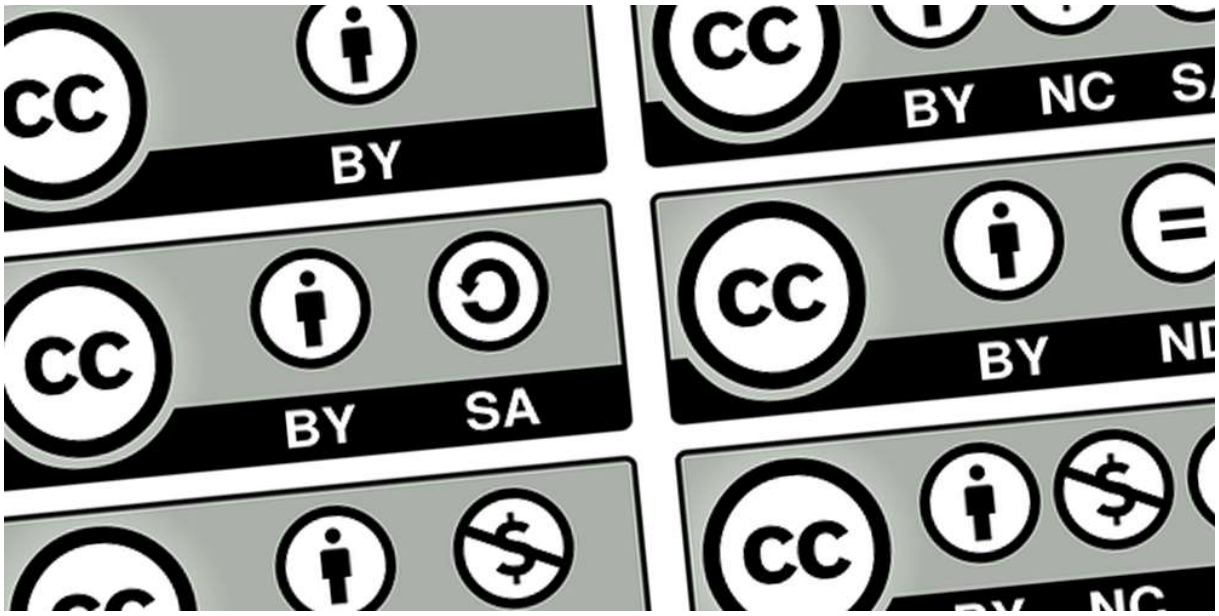
- Eine „angemessene Kennzeichnung“ des Bildes hat zu zu erfolgen, dass vom Bild eindeutig auf den Urheber und die weiteren Angaben geschlossen werden kann. Ideal ist hier natürlich eine Angabe direkt unterhalb des Bildes. Eine Namen-Liste im Impressum ist nicht ausreichend; hier wäre eine Übersicht mit Thumbnails und nebenstehenden Angaben sinnvoll. In Druckwerken ggf. Seitenzahlen zur Konkretisierung.
- Wenn Vorschaubilder auf einen Hauptartikel verweisen, dann reicht die Angabe an dortiger Stelle aus. Sie hat jedoch auch dann zu erfolgen, wenn das Vorschaubild nicht ein weiteres Mal im verlinkten Artikel vorhanden ist.
- Faustformel wäre: „Wo Geld verdient wird, ist es eine kommerzielle Verwendung“. Hier müsste man jedoch explizit Zeitungen, Magazine und private Blogs ausnehmen – selbst wenn diese Werbung enthalten. Firmen-Webseiten – auch mit News- und Blog-Artikeln hingegen würden wir als „kommerzielle Verwendung“ einstufen.
- Da es in der Vergangenheit häufig Verfahren gab zwischen Fotografen und Bildverwendern, wäre ein fester Satz bei Verstößen wünschenswert. Wenn eine Art „Bußgeldkatalog“ festgelegt wäre, dann würden die Gerichtsverfahren auf ein Minimum reduziert. Hier müsste lediglich unterschieden werden (auf der Urheber-Seite) zwischen Hobby- und Berufsfotograf (am besten mit Definition) und bei der Verwendung in sehr vereinfachter Form ähnlich wie bei der Mittelstandsgemeinschaft für Fotomarketing (MFM). Beispiel: Das Bild eines Hobby-Fotografen wird bei nicht kommerzieller Nutzung nicht korrekt = 100 EUR. Das Bild eines Berufsfotografen wird auf einer gewerblichen Seite nicht korrekt genutzt = 250 EUR. Einen entsprechenden einfachen (!) Bußgeldkatalog arbeiten wir zur zeit aus. Wichtig wäre dabei, dass die Kosten zwischen „es muss schon Geld kosten“ (z.B. 50 EUR) und „es sollte ein Überschaubarer betrag bleiben“ (z.B. 250 EUR) liegt. Gerichte urteilen gewöhnlich, dass der Betrag angemessen ist, der gewöhnlich auch gezahlt würde und verdoppeln diesen dann bei unrechtmäßiger Nutzung. Unserer

Meinung nach sollte es eine Deckelung des Preises bei 250 EUR geben.
- Wenn die Regelungen eindeutig sind, würde vorerst kein Anwalt erforderlich sein. Anwaltskosten sind nur dann bei unsachgemäßer Verwendung zu erstatten, wenn eine Einigung mit dem Urheber im Vorfeld zu keinem Ergebnis führte. Dies schützt den Urheber gleichzeitig vor Abmahnungen in denen neben einer Schadenersatzforderung auch zusätzlich ein Anwaltshonorar gefordert wird.

Wir würden uns über Feedback zu unseren Vorschlägen und Ansätzen sehr freuen …

Foto: Justitia, Tim Reckmann

Ist Creative Commons kompliziert?



Wir werden immer wieder gefragt, ob das nicht ein wenig kompliziert sei mit den ganzen Lizenzen, die es gibt. Besonders der Bereich „Creative Commons“, unter dem wir ca. 3% unserer Bilder zu Werbezwecken zusätzlich anbieten scheint für viele sehr komplex zu sein. Dabei ist es das gar nicht.

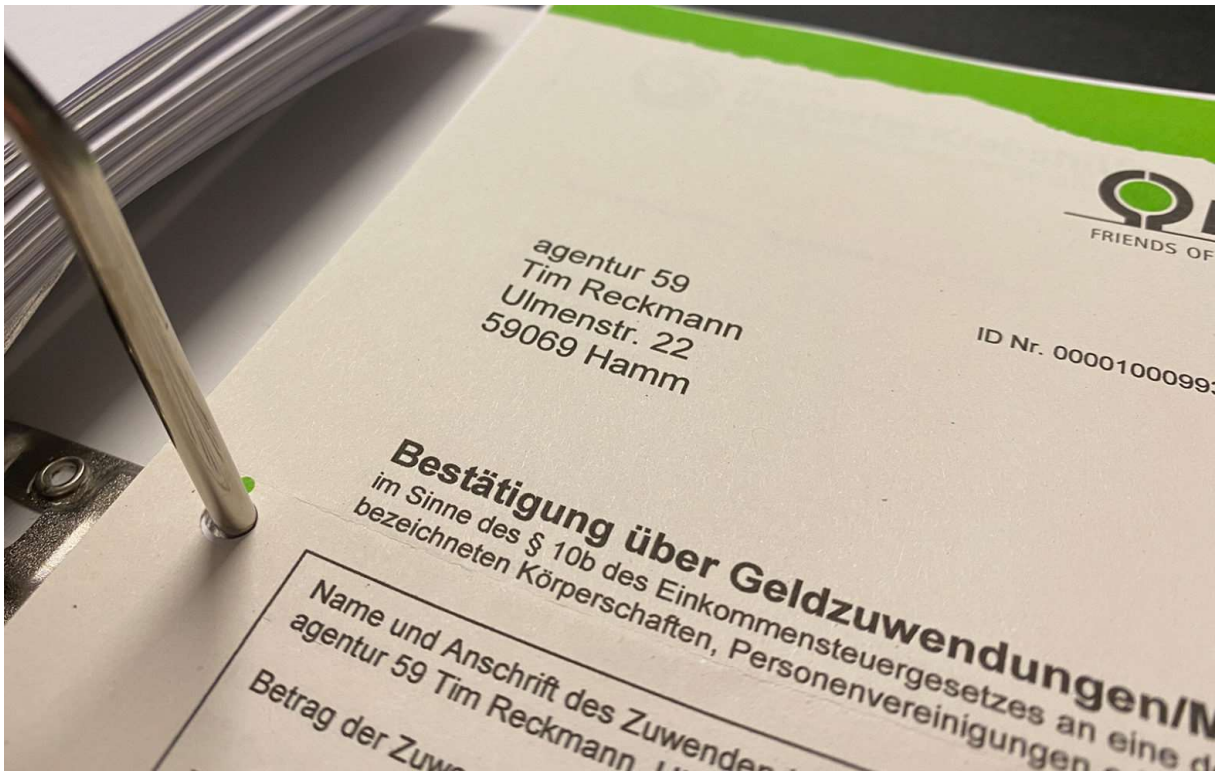
Dazu haben wir vor einiger Zeit ein paar interessante Videos auf YouTube gefunden, die wir hier einmal verlinken möchten. Da wird das Thema in bewegten Bildern anschaulich erklärt.

Der Lizenzhinweisgenerator von #OERklärt

Entschlüsselung der CC-Lizenz #OERklärt

Der CC-Lizenz-Modulator #OERklärt

Wir spenden für den guten Zweck



Wir sehen uns als eine Art kleinen Familienbetrieb unter den Bildagenturen. Unser Angebot ist mit einer knapp sechsstelligen Anzahl von Bildern deutlich kleiner, als die Global Player mit Millionen von Bildern. Statt nur auf Masse und menge zu Achten, möchten wir uns an den Anforderungen unserer Kunden orientieren. Unser unternehmen sitzt nicht in einer Weltmetropole und wir haben auch nicht Hunderte Mitarbeiter.

Auch als kleines unternehmen, möchten wir jedoch unserer sozialen Verantwortung gerecht werden. Jedes Jahr spenden wir einen kleinen Teil unserer Einnahmen an ausgewählte Projekte und Institutionen. Zum teil suchen wir uns die Spenden-Empfänger selbst aus, aber uns erreichen auch zahlreiche Vorschläge.

Dahin gehen unsere Spenden

In der Vergangenheit haben wir an zahlreiche Fördervereine aus dem schulischen und kirchlichen bereich gespendet, aber auch an Organisationen, wie Weisser Ring, Malteser Hilfwerk, GoVolunteer, Du doof?!, Helden e.V., Diakonisches Werk, BUND, Technisches

Hilfswerk, Westerwelle Foundation, Flüchtlingshilfe, Deutsche Krebshilfe, Reporter ohne Grenzen und viele mehr. Jährlich haben wir ca. 25 Spenden-Empfänger mit einem Volumen von mehreren Tausend Euro. Das vollständige Spenden-Verzeichnis ist in unserem Büro vor Ort einsehbar und wird regelmäßig vom Finanzamt überprüft

Wir freuen uns auf Vorschläge

Wir freuen uns immer wieder auf Vorschläge, wen wir mit einer Spende bedenken können. Dabei ist es uns zwar nicht möglich, alle Vorschläge zu berücksichtigen, aber wir bemühen uns um eine gerechte Verteilung. Vorschläge bitte per E-Mail an mail@a59.de – bitte mit Begründung, warum die Spende ausgerechnet dorthin gehen soll. Voraussetzung ist selbstverständlich die anerkannte Gemeinnützigkeit des Empfänger.

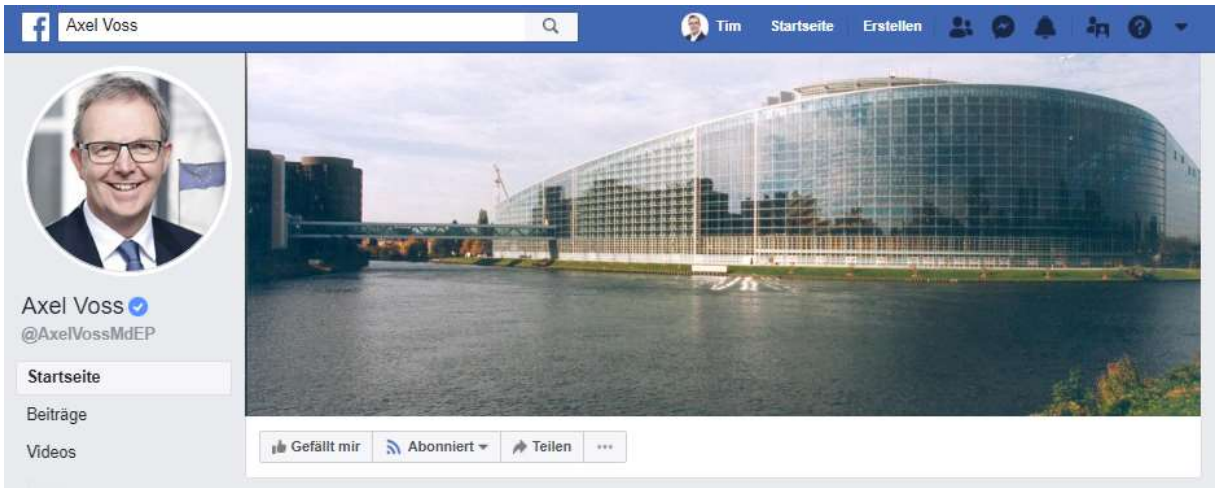
Artikel 17 (ehemals 13) nicht zu Ende gedacht

Über die Novellierung des Urheberrechts und die in dem Zusammenhang beschlossenen Verordnungen der EU wurde bereits viel geschrieben. Hier möchten wir unsere Meinung und unseren Kommentar als Bildagentur dazu abgeben – an einem praktischen Beispiel vom Initiator (Axel Voss, MEP) selbst.

Grundsätzlich sind wir als Bildagentur sehr daran interessiert, dass Urheberrechte beachtet und Lizenzen fair vergütet werden. Verlage, Verwertungsgesellschaften und Gewerkschaften haben sich deutlich für das neue Urheberrecht eingesetzt. In der aktuell beschlossenen Fassung wird das jedoch vermutlich zu zahlreichen Problemen im praktischen Umgang führen.

Im kern sollen (große) Plattformen präventiv dafür sorgen, dass keine urheberrechtlich geschützten Inhalte hochgeladen werden. Das geht natürlich nur automatisiert und mit einem System, dass jegliche Dateien (in unserem Fall beschränken wir uns mal auf Fotos) vor der Veröffentlichung überprüft werden, ob die Datei evtl. Rechte Dritter verletzt.

Nehmen wir nun einmal das Titelbild der Facebook-Seite von Axel Voss:



Screenshot https://www.facebook.com/AxelVossMdEP/ 14.04.2019

Das Bild zeigt neben Voss selbst auf der Rechten Seite ein Foto des Europäischen Parlaments in Straßburg mit Blickrichtung nach Westen zu sehen. Die Aufnahme ist nicht besonders Anspruchsvoll und es scheint, als würde es sich hier um ein gescanntes Foto handeln.

Das rief unter dem Beitrag von Axel Voss direkt einige Trolle auf den Plan, die dem Ersteller direkt unterstellen wollten, dass er gegen sein eigenes Recht verstößt

Kommentare zum obigen Titel-Foto auf der entsprechenden Facebook-Seite

Der erste Kommentar fragt wenigstens noch freundlich nach, ob er das Bild selbst geschossen hat und wenn nicht, ob er es dann verwenden darf. Wenn Axel Voss das Bild selbst geschossen hat und mit der Darstellung des Gebäudes keine eigenen Rechte verletzt werden (vgl. beleuchteter Eiffelturm), sollte er es verwenden dürfen. Wenn er es nicht geschossen hat, sich aber die Rechts hat einräumen lassen, dann ist das auch kein Problem.

Der zweite Kommentar „man darf das Bild nicht verwenden" ist in Bezug auf Artikel 13 kompletter Unfug. Der Artikel regelt ja nicht die Weitergabe und Lizenzierung von Bildern, sondern will lediglich verhindern, dass geschützte Inhalte unrechtmäßig (!) verwendet werden.

Im dritten Kommentar gipfelt es darin, dass ein Nutzer noch hinzufügt „… oder müssen wir sie jetzt verklagen". Das wäre dann wohl im berechtigten Fall die Sache des Rechteinhabers und nicht die eines unbeteiligten Internet-Users.

Aber wir kommen hier schon zu **Problem 1**: Gehen wir mal davon aus, dass Axel Voss das Bild *nicht* geschossen hat, sich aber dafür eine Lizenz besorgt hat, die ihm die Veröffentlichung bei Facebook erlaubt. In dem Fall dürfte er das Bild rechtmäßig verwenden. Wenn Person XY das Bild nun herunterläd und auf einer anderen Facebook-Seite verwendet, wäre das vermutlich eine Urheberrechtsverletzung, da mit dem Rechteinhaber keinerlei Vereinbarung getroffen wurde. Jetzt kann man sich die Frage stellen, wie Facebook nun unterscheiden kann, wer berechtigt ist das Bild zu verwenden und wer nicht. Die Antwort. Gar nicht. Es wird keinen Automatismus geben, der hellsehen kann. Eine Abfrage, ob eine Lizenz vorliegt, wäre nicht zielführend, da ein potentieller Bilder-Dieb im zweifel unwahr angeben würde, dass auch er eine gültige Lizenz besitzt. In der Konsequenz von Artikel 17 haftet nun aber unmittelbar der Plattform-Betreiber (also Facebook) für den Verstoß. Wenn der Rechtsinhaber den Verstoß bemerkt, kann dieser also die Forderung direkt an Facebook stellen. Man kann sich vorstellen, dass

das soziale Netzwerk in der Folge von zahlreichen Klagen überzogen würde. Wenn es nun einen „Upload-Filter“ gibt, könnte ein Automatismus im Hintergrund prüfen, ob das Werk geschützt ist und würde im Zweifel beide Fassungen sperren. Ob und wie man dann beantragen kann, dass man berechtigt ist, ein Bild zu verwenden, steht in den Sternen – komfortabel und schnell wird der Weg jedoch nicht sein.

Problem 2 ist, dass Facebook nur solche Dateien „untersuchen“ und „filtern“ kann, von denen im Vorfeld eine digitale Kopie hinterlegt wurde. Wenn alle Fotografen all ihre Fotos so hinterlegen und dann noch bei allen relevanten Dienstanbietern, handelt es sich dabei und unvorstellbare Datenmengen, die selbst große Netzwerke kaum verwalten könnten.

Aktuell gibt es schon einen sehr guten Algorithmus zum untersuchen und finden von Bildern. Die Google-Bildersuche. Grund genug das System mal mit Daten zu befeuern, denn zufälligerweise haben wir ein Foto, dass kürzlich entstand, als einer unserer Fotografen an einer recht ähnlichen Position stand und ein sehr ähnliches Foto geschossen hat wie das, dass Axel Voss als Titelbild verwendet:

Foto: EU-Parlament in Straßburg von Tim Reckmann, 2019

Das Bild ist nicht identisch aber schon recht ähnlich. Im ersten Moment könnte man die Aufnahmen verwechseln. Bei einem genauen Vergleich entdeckt man jedoch zahlreiche Unterschiede.

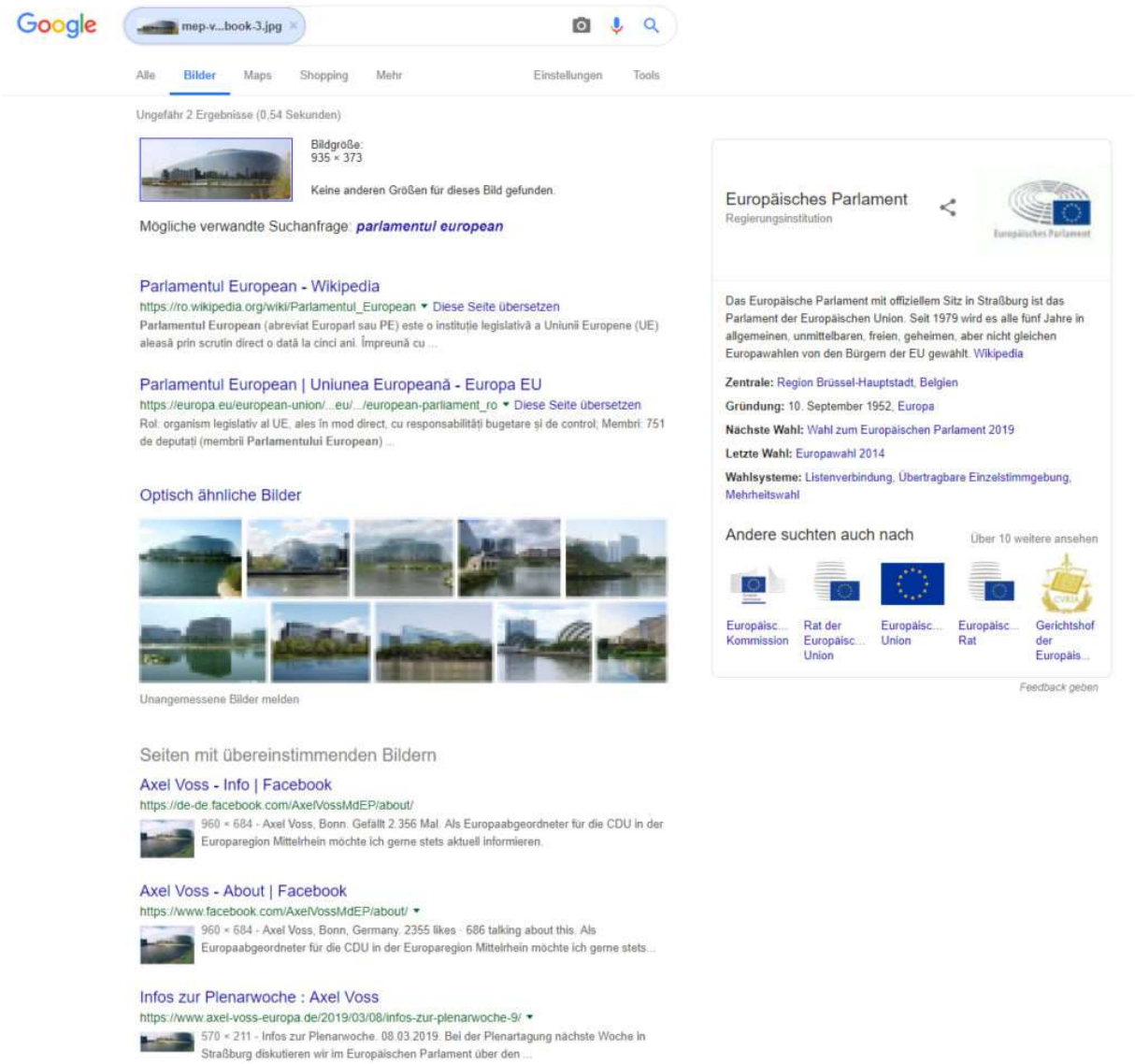


Foto: Screenshot Googe-Bildersuche
nach dem Bild von Tim Reckmann (s.o.)

Erkennt Google die auch? Hier das Ergebnis:

Die Bildersuche ist so intelligent, dass sie das Bild tatsächlich „erkennt“. Als Wort wird direkt „parlamentul european“ (Europäisches Parlament) erkannt und es wird zu dem Thema sogar eine Infobox auf der rechten Seite angezeigt. Unter dem Bild ein Wikipedia-Artikel, ein Link zu einer Webseite der EU und ein paar optisch ähnliche Bilder (hier verpixelt, um keine Rechte der Inhaber zu verletzen).

Anschließend kommen Suchergebnisse, die Google als *übereinstimmende Bilder* kennzeichnet! Bedeutet im Klartext: Google geht davon aus, dass die Bilder auf der Facebook-Seite von Axel Voss identisch zu unserem Foto sind.

Daraus ergibt sich nun **Problem 3**: Die Upload-Filter können keine 100%ige Sicherheit geben und es werden auch vermutlich korrekte Inhalte geblockt („Overblocking"). Das Problem dürfte sich potenzieren, je mehr Fotografen ihre Werke für Upload-Filter hinterlegen, denn es gibt z.B, von dem oben gezeigten Gebäude und dem gewählten Standpunkt nicht nur diese zwei Versionen, sondern sicherlich zahlreiche weitere.

Wie werden überhaupt die „Upload-Filter" befüllt? Wie wird kontrolliert, ob der Urheber tatsächlich der Urheber ist? Vielleicht wird schon dort nur ein Bild zugelassen und dann wird es problematisch, denn es gibt zahlreiche Motive, von denen es zahlreiche sehr ähnliche Ausführungen gibt. So zum Beispiel auch beim Titel-Bild für diesen Beitrag.

Wir stellen fest, dass „Upload-Filter" Murks sind und aktuell auch nicht vernünftig funktionieren würden.

Den Dienstanbietern den schwarzen Peter bei der Haftung zuzuschieben könnte zahlreiche Nutzer in Sicherheit wähnen, dass ihnen ja nichts passieren kann. Man wird sich also um die Wahrung der Rechte eher weniger Gedanken machen, als bisher. Vielleicht werden auch Versuche unternommen, die Filter auszutricksen.

Dabei gibt es auch jetzt schon eine recht vernünftige Regelung. Sobald Dienstanbieter Kenntnis von einer Rechtsverletzung erhalten, haben sie diese zu unterbinden, da Sie ansonsten als Störer haften. Die generelle Verurteilung von Dienstanbietern ist in unseren Augen falsch. Man macht die Post ja auch nicht für den Inhalt von Briefen oder die Kommunen für Verkehrsdelikte auf ihren Straßen verantwortlich.

Wenn überhaupt, dann sollte es eine Pauschalvergütung geben. Rechteinhaber hinterlegen ihre Werke bei einer Verwertungsgesellschaft, die eine generelle Gebühr von Dienstanbietern kassiert und unter allen Rechteinhabern aufteilt. Einen konkreten Vorschlag dazu werden wir in der nächsten Zeit einmal ausarbeiten und hier veröffentlichen. Die kompliziertesten Punkte sind die Abgaben der Dienstanbieter und die Verteilung der Gebühren.

Disclaimer: Der Autor dieses Artikels ist kein Rechtsanwalt und die oben gemachten Äußerungen sind daher keinerlei Rechtsberatung, sondern nur persönliche Meinung und persönliche Anmerkungen zu einem aktuellen Thema.

Beitragsfoto:
Plenarsaal des EU-Parlaments in Straßburg, Tim Reckmann, 2019

Bildquellen in WordPress mit „Image Source Control“

Gelegentlich werden wir gefragt, wie man Bildquellen in WordPress korrekt angeben kann. Gerade die Verwaltung der Bildquellen und auch die spätere Nachverfolgbarkeit stellen sich oft als Problem dar. WordPress selbst bietet hier aktuell nur rudimentäre Funktionen und besonders beim Wechsel von Templates kann es passieren, dass Bildquellen nicht mehr auftauchen.

Die kann jedoch zum Problem werden und sogar eine Abmahnung nach sich ziehen. Wir haben hier kürzlich ein Tool entdeckt, mit dem man Bildquellen vernünftig verwalten und vermutlich auch rechtssicher integrieren kann. Das ist bei der Verwendung Creative Commons Bildern sehr wichtig, die den Zusatz „by“ tragen.

Image Source Control ist ein kostenloses Plugin mit zahlreichen Funktionen. Es ist einfach installiert und spart vermutlich einigen Ärger.

Wir werden in Kürze einmal detailliert auf das Tool eingehen.

Hier der Link zur Seite von Webgilde:
https://webgilde.com/de/image-source-control/

Wie setzt sich der Preis von Bildern zusammen?

Immer wieder bekommen wir Fragen, wie sich der Preis eines Fotos zusammensetzt. Dabei ist der Anteil der Faktoren weniger entscheidend. Vielmehr sollte man sich einmal Gedanken machen, wo überall Kosten entstehen, bis das fertige Foto zum Download bereit steht.

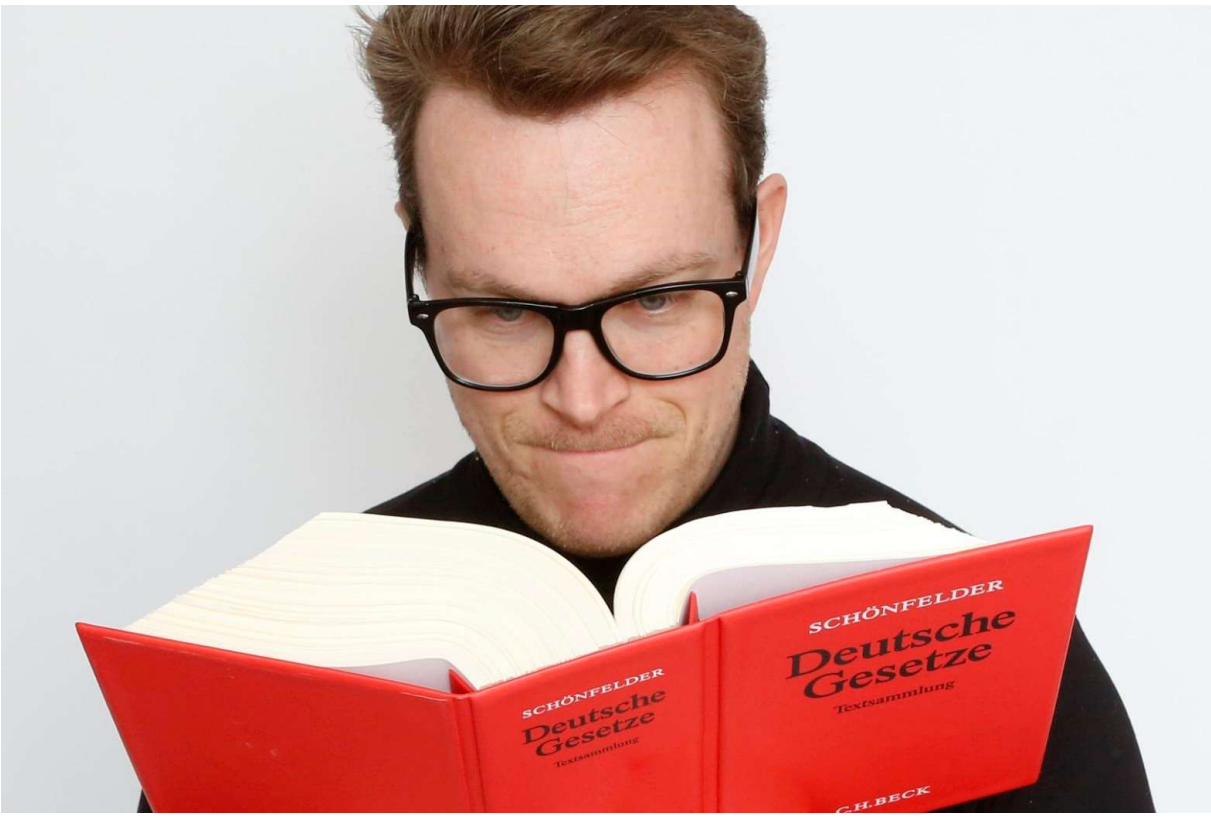
Die Liste ist lang und sicherlich haben wir hier noch einiges vergessen:

- Studiomiete / Nebenkosten
- Modelhonorar
- Catering
- Kauf von Requisiten
- Kosten für Kamera / Blitze etc.
- Verschleißteile
- Versicherungen
- Büromiete / Nebenkosten

- Büroausstattung / Büromaterial
- Computer / Backup-Systeme etc.
- Telefon / Internet / Webseite etc.
- Mitarbeiter / Lohn + Lohnnebenkosten
- Berufsgenossenschaft
- Werbung
- Fortbildungen / Literatur
- Anwalt / Rechtsberatung
- Steuern
- Steuerberater
- Kammerbeiträge
- Krankenversicherung
- Altersversorgung
- Lohn für Fotograf / Bearbeiter

Da kommt eine Menge zusammen und wenn man sich einmal vorstellt. Am Ende ist die Fotografie für uns kein Hobby, sondern es muss zum Leben reichen. Wenn man dann noch einmal auf die obige Liste schaut, erscheinen die Preise plötzlich in einem ganz anderen Licht.

Creative Commons kurz erklärt



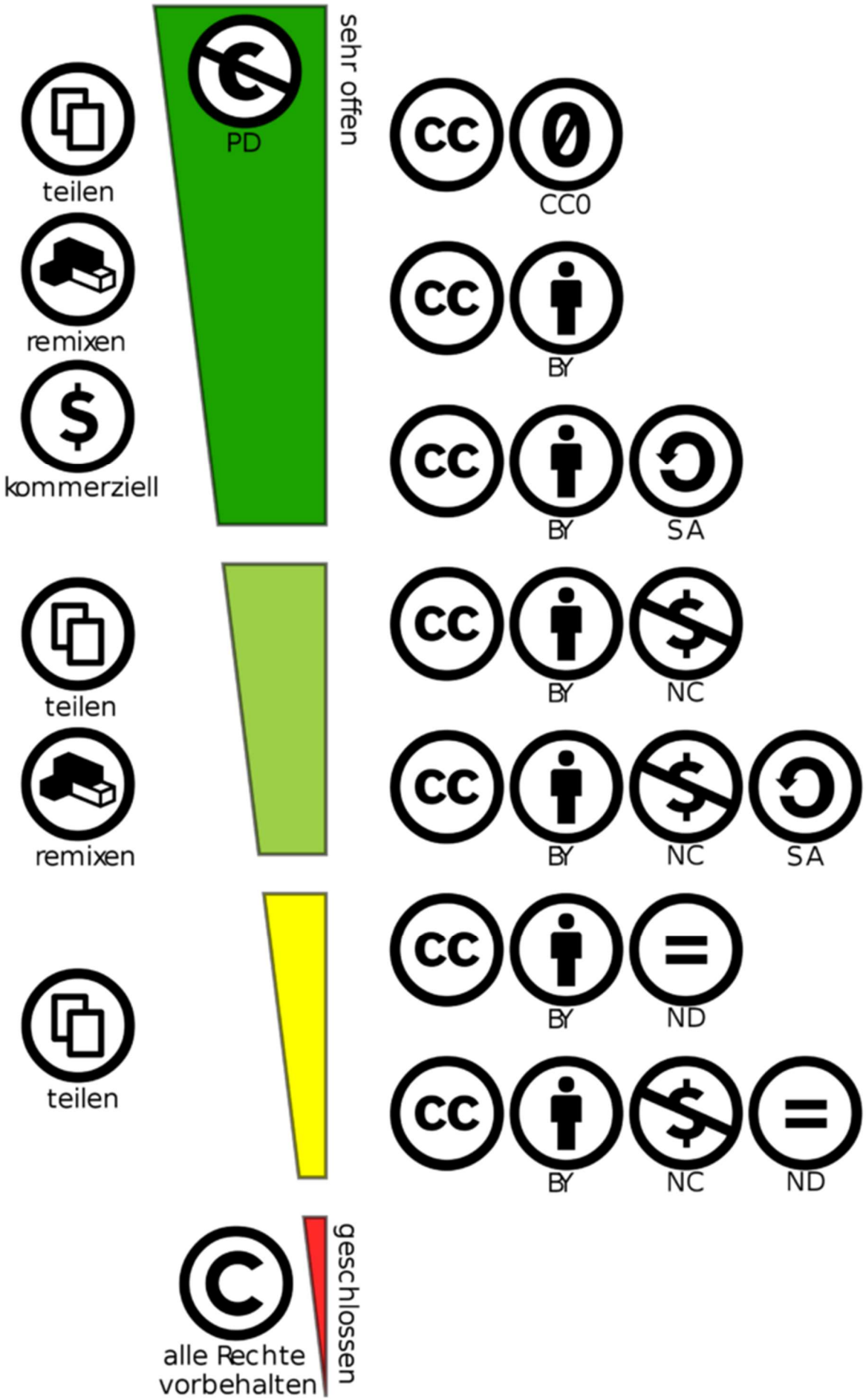
Wenn wir Bilder verkaufen und dafür eine Rechnung erstellen, so ist das für viele Kunden recht gut greifbar, da dann auf der Rechnung auch steht, was das Bild kostet und wie und wo es verwendet werden darf.

Viel öfter werden wir jedoch auf die wenigen Bilder angesprochen, die wir (zu Werbezwecken) auch unter Kreative Commons unter bestimmten Bedingungen veröffentlichen.

Statt hier einen langen Artikel zu verfassen, zeigen wir ein kurzes Video aus Wikipedia, dass den Inhalt auf den Punkt bringt:

Video: „Bilder unter freier Lizenz nutzen – weit verbreitete Fehler und wie man sie vermeidet“ (CC-BY 4.0) von Blanche Fabri, Melanie Kolkmann, Tessa Moje Jöran Muuß-Merholz für open-educational-resources.de, Quelle: Wikipedia

Dazu passend noch zwei Grafiken, die einzelne Abstufungen der freien Lizenz anschaulich darstellen:


sehr offen
PD
teilen
remixen
kommerziell
CC0
BY
BY SA
teilen
remixen
BY NC
BY NC SA
teilen
BY ND
BY NC ND
geschlossen
alle Rechte vorbehalten

Grafik: Wikipedia, JoeranDE, gemeinfrei

Übrigens: Dieser Artikel stellt natürlich keine Rechtsberatung dar. Für konkrete Fragen zu dem Thema empfiehlt es sich einen Fachanwalt zu konsultieren.

Ergänzend dazu haben wir vor einiger Zeit ein Buch vorgestellt, dass ich mit der rechtssicheren Verwendung von Fotos im Internet beschäftigt.

Buchtipp: Robert Golz – Fotos rechtssicher nutzen im Internet

Unter dem Titel „Fotos rechtssicher nutzen im Internet“ ist ein neues Buch von Robert Golz und Marie Slowioczek-Mannsfeld erschienen.

Kein Buch in Hochglanz mit herausragenden Fotografien, aber auch keine Blei-Wüste mit unendlichen Texten im Juristen-Deutsch. Das Buch im A5-Format kommt trotz seiner über 200 Seiten recht kompakt daher. Das gilt nicht nur für das äußere Erscheinungsbild, sondern auch für den Inhalt dieses praktischen Nachschlagewerks.

Die Autoren sind Rechtsanwälte und kennen sich mit der Materie aus; neben Ihrer Tätigkeit als Anwälte ist Frau Slowioczek-Mannsfeld Auch als „Head of legal“ bei einem Dienstleister für für Bildlizensierungen tätig.

Das Buch besticht durch seine Übersichtlichkeit und die Vielzahl von praktischen Beispielen, die kurz und verständlich erklärt werden. Ergänzt durch kleine Piktogramme am Seitenrand erfährt der Leser so schnell und einfach, worauf er bei der Bildverwendung im Internet achten muss.

Cover: mitp-Verlag

Das Buch unterteilt sich in drei Teile:

1. Definitionen: Rechtssichere Verwendung von Bildern
2. Checkliste: Worauf man beim Fotografieren achten muss
3. Konsequenzen: Umgang mit Verstößen

Eine recht komplexe Materie wird in dem Buch in verständlichen Häppchen serviert und berücksichtigt dabei sogar aktuelle Fälle, wie das „Affen-Selfie“ bei Wikipedia.

Beispiele für weitere Inhalte:

- Bildnutzung in sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter
- Korrekte Verwendung von Creative Commons Bildern
- Wer hat eigentlich das Recht am Bild

Grundsätzlich würde ich dieses Buch Fotografen und Bildverwendern gleichermaßen empfehlen. Selbst wer bereits Erfahrungen in dem Bereich hat, wird sich über dieses Buch als nützlichen Begleiter freuen.

Der Preis ist mit 19,99€ auch erfreulich angenehm.
Jetzt kaufen: Affiliate-Link zum Buch bei Amazon

Abmahnung auch bei Pixabay möglich

Hin und wieder hört man bei kreativen die Empfehlung, man solle doch nur noch Fotos aus solchen Quellen nutzen, die z.B. eine CC0-Lizenz anbieten – so wie z.B. Pixabay. Das sind Bilder, die unter Creative Commons stehen, aber ansonsten keinerlei Einschränkungen unterliegen (sollten!).

Wo keine Schutzrechte vorliegen, kann es auch keine Abmahnung geben, oder doch? Es gibt unserer Meinung nach gleich mehrere Punkte, die wir für bedenklich halten. Rechtliche Beratung dazu gibt es von einem Anwalt, aber hier ist unsere Einschätzung zu dem Thema.

Zuerst stellt man sich die Frage, weshalb Bilder ohne jegliche Rechte abgegeben werden sollten. Sind die Bilder so schlecht, dass es sich lediglich um „Abfallprodukte" bei einer Produktion handelte? Augenscheinlich nicht!

Tim Reckmann, Inhaber der agentur59 meint dazu: „Als Fotograf habe ich Interesse, meine Bilder zu verkaufen. Im Regelfall wird dafür ein Honorar verlangt und für den seltenen Fall, dass mal etwas unter der Creative Commons Lizenz angeboten wird, ist es doch nur fair, wenn hier gewisse Rechte beachtet werden. Über die Urhebernennung hat der Fotograf so eine entsprechende Eigenwerbund. Es gibt keinen Grund darauf zu verzichten …"

Ein Beispiel aus dem Alltag sähe wie folgt aus: Ein Limonaden-Hersteller, der für gewöhnlich Dosen mit Cola-Getränken für z.B. 50 ct verkauft hat in der warmen Jahreszeit einen Info-Stand in einer Innenstadt, wo er sein Produkt verschenkt. Selbstverständlich sieht man überall das Logo des Herstellers. Er würde sicherlich nicht ohne jegliche Werbung sein Produkt in neutralen Getränkebechern verschenken, denn auch wenn es sich um eine bereits bekannte Marke handelt, wird hier viel Wert auf Branding gelegt.

Abmahnung bei Creative Commons – auch bei CC0 möglich?

Kommen wir zurück zum eigentlichen Thema. Es gibt wohl zwei größere Felder, in denen bei Nutzung von Bildern z.B. aus oben genannter Quelle eine Abmahnung drohen könnte.

Wurde das Bild tatsächlich vom Urheber hochgeladen und freigegeben?

Wer garantiert mir eigentlich, dass ein Bild, das ich herunterlade tatsächlich von Urheber veröffentlicht wurde? Als Nutzer sehe ich Bilder in einer Datenbank und denke „oh prima, das kann ich gebrauchen". Eine Prüfung, wie Bilder dorthin kommen, kann im Regelfall nicht vom Anbieter erfolgen. Wenn es nun Betrüger gibt, die vielleicht über die freiwilligen Spenden, die se auf Portalen wie Pixabay.de erhalten können , Geld generieren möchten, laden diese vielleicht geklaute Fotos hoch. So könnten ungefiltert unzählige Bilder, die über Google gefunden werden vom vermeintlichen Fotografen (der mit den Bildern jedoch nichts zu tun hat) eingestellt werden, ohne dass er daran die Rechte hat oder der eigentlich Urheber etwas davon weiss. Problematisch wird es nun für den Bildverwender, denn dieser ist für Veröffentlichungen von Bildern verantwortlich und darf sich nicht einfach auf die Angaben in verschiedenen Portalen verlassen. Hier gelten strenge Regeln. Nachzulesen z.B. hier:

Es soll jetzt jedoch auch keine Panik verbreitet werden. Im Regelfall kann man den Veröffentlichungen und den gemachten Angaben trauen. Dennoch empfiehlt es sich mit dem Autor in Kontakt zu treten.

Solvente Agenturen (z.B. Fotolia/Adobe oder Gettyimages) würden sicherlich im Falle von Forderungen einspringen, wenn ein Fotograf in gutem Glauben ein Bild gekauft hat. Bei kostenlosen Anbietern ist die Motivation sicherlich geringer, zumal dazu unserer Meinung nach auch keine Verpflichtung besteht.

Die Webseite webworker.club fasst das sehr treffend zusammen:

Wer sich nun aber darauf berufen möchte, dass alle Bilder auf Pixabay unter der CC0 Public Domain-Lizenz veröffentlicht wurde und man darauf vertraut hat, dass dies auch bei den verwendeten Bildern der Fall war, der wird mit dem deutschen Urheberrecht konfrontiert werden. Dieses kennt nämlich **keinen gutgläubigen Erwerb**. Es ist also nicht möglich ein Nutzungsrecht von einem Nichtberechtigten zu erwerben und dementsprechend kann man sich auch nicht auf das „angenommene“ Nutzungsrecht berufen.

Liegen tatsächlich alle Verwendungsrechte vor?

Auch hier können Dienstanbieter nur eine rudimentäre Prüfung vornehmen. Besonders bei Bildern mit Personen wird hier nicht explizit ein Model-Vertrag verlangt, sondern es gibt für die Nutzer solcher Bilder noch den nachfolgenden expliziten Hinweis:

Da Pixabay nicht für jede identifizierbare Person auf hochgeladenen Bildern einen schriftlichen Modelvertrag einfordert, können wir nicht dafür Garantieren, dass die Bilder für jede beliebige Anwendung eingesetzt werden dürfen. Sofern ein Modelvertrag für ein Bild vorliegt, übernehmen wir keine Haftung für dessen Gesetzmäßigkeit und Gültigkeit.“

Ähnliches wird auch bei Abbildungen von Gebäuden gelten, die nicht unter die Panoramafreiheit fallen. Ein illuminierter Eifelturm oder z.B. verschiedenen Burgen, Schlösser, Denkmäler oder Kunstwerke dürfen auch nicht ohne weiteres verwendet werden …

Fazit: Auch (vermeintliche) CC0-Bilder schützen nicht vor Abmahnungen. Wenn man sich an die Spielregeln hält, ist die Gefahr jedoch recht gering …

„Stock Refund“ – Mit Fotoaufträgen Geld verdienen

Gelegentlich bekommen wir die Frage gestellt, wie wir überhaupt gegen die großen Agenturen ankommen möchten und was unser Alleinstellungsmerkmal ist. Hier gibt es zwei wesentliche Punkte:

Mehr Individualität

Besonders in den großen Archiven gibt es einige beliebte Motive, die teilweise Tausende Kunden auf ihrer Webseite oder in Publikationen verwenden. Wer möchte ein identisches Bild bei einem direkten Mitbewerber wiederfinden? Hier zeichnen sich besonders kleinere Agenturen, wie unsere aus.

„Stock Refund“ – Mit Fotoaufträgen Geld verdienen

Im Regelfall werden Stockfotos dann verwendet, wenn man sich das Geld für teure Fotoaufträge sparen möchte. Hier haben wir ein ganz neues Modell entwickelt. Da unser Portfolio vergleichsweise klein ist, gibt es hier und da noch Lücken. Doch auch das ist kein Problem. Auf Zuruf produzieren wir für unsere Kunden entsprechende Fotos im Rahmen unserer Möglichkeiten. Solche Produktionen sind dann anfangs ein wenig teurer, als die späteren Stockfotos in unserer Datenbank, aber das kann sich ganz leicht ins Gegenteil umkehren: Der Auftraggeber entscheidet, ob er das Bildmaterial 100% exklusiv nutzen möchte oder – und das ist der Regelfall – ob er unserer Agentur ein Zweitverwertungsrecht einräumt. Hier gibt es verschiedene Abstufungen, wie Sperrfristen (um die anfängliche Individuaität nicht zu gefährden) usw. Grundlegender Vorteil ist jedoch, dass der Auftraggeber mit bis zu 50% an künftigen Bildverkäufen beteiligt wird. So amortisiert sich die anfängliche Investition im Regelfall und wenn es sich um ein beliebtes Motiv handelt, ist es gut möglich, dass man mit dem einstigen Bedarf an eigenen Fotos irgendwann auch Geld erwirtschaftet. Wir haben hierfür die Bezeichnung „Stock Refund“ eingeführt. Diese Art der Fotoaufträge in Kombination mit der Produktion von Stockfotos

erfreut sich immer mehr Beliebtheit. Gerne sprechen Sie unsere Mitarbeiter auf diese Möglichkeit an und vereinbaren Sie eine individuelle Beratung …

Künftig offener Lizenzshop

Weil wir immer wieder darauf angesprochen wurden, werden wir voraussichtlich noch im Januar einen großen Schritt gehen und neben dem Direktvertrieb unserer Bilder einen offenen Lizenz-Shop eröffnen, über den jeder eine geeignete Bildlizenz erwerben kann, ohne teure Prepaid-Pakete zu erwerben. Hiermit wollen wir uns an jene Kunden richten, die lediglich an einzelnen Bildern interessiert sind. Im Shop kann die entsprechende Verwendungsart und -dauer ausgewählt werden und Sie erhalten umgehend eine maßgeschneiderte Foto-Lizenz und können das Bild unmittelbar nach Bezahlung (z.B. mit Paypal oder Sofort-Überweisung) herunterladen.

Nähere Infos erhalten Sie im Shop jeweils zu den ausgewählten Bildern, bevor Sie sich für einen Download entscheiden. Sie können so schon verschiedene Lizenzmodelle miteinander vergleichen.

Hinzu kommt eine Preissenkung, über die es künftig möglich sein wird, Fotos schon ab 25 EUR zzgl. 7% USt. (= 26,75 EUR) zu laden. Für unsere Direkt-Kunden änder sich nicht viel. Auch Sie

kommen natürlich in den Genuss einer Preissenkung. Dazu schreiben wir Se in den nächsten Wochen postalisch an.

Über weitere Wünsche und Feedback freuen wir uns natürlich immer und hoffen, dass wir auch künftige Ideen im Sinne unserer Kunden umsetzen können.

Wichtiger Hinweis: In der BETA-Phase richtet sich der Shop ausschließlich an gewerbetreibende Kunden und die Verwendung beschränkt sich auf die Online-Nutzung auf Webseiten. Wenn die Testphase mit einem Teil-Portfolio gut verläuft, werden wir das Angebot ausbauen und unser Portfolio noch weiter öffnen.

Beitragsfoto: Tim Reckmann | fotodb.de

Der Wert von Creative Commons und anderen Bildern

Heute wollen wir doch einmal ein paar Worte über den Wert von Bildern verlieren. Grundsätzlich ist die Preisgestaltung jedoch fast genauso individuell, wie die einzelnen Bilder selbst.

Dabei gibt es eine Vielzahl von unterschiedlichen Faktoren, die hier berücksichtigt werden können: Dazu gehören z.B. das Motiv, die Art der Erstellung, eventuell abgebildete Personen, gezahlte Gebühren für Model-Honorare, sonstige Kosten, evtl. gemietetes Studio, verwendetes Equipment usw. Hinzu kommt dann noch die Art und Weise der Verwendung, wie Nutzungsdauer (redaktionell/kommerziell), Nutzungsdauer, evtl. Pflicht zur Urheber/Quellennennung, Verbreitung, Möglichkeit zur Unterlizensierung usw.

Schon an der Vielzahl der Faktoren kann man erkennen, dass es nicht so einfach ist einen pauschalen Wert für ein Bild festzulegen.

Generell gilt auch hier das Prinzip von Angebot und Nachfrage: Ein Fotograf oder eine Bildagentur bietet Fotos an und ist dabei erst

einmal frei in der Preisfindung. Sicherlich werden günstige Bilder häufiger gekauft und sind stärker verbreitet, als teurere Bilder, die dafür dann auch exklusiver sind.

Viele unserer Kunden wünschen sich gerade solche Bilder, die nicht allzu verbreitet sind, da man vermeiden will, dass ein identisches Motiv an verschiedenen Stellen und bei vielen Verwendern auftauchen. Darüber hinaus haben wir die Erfahrung gemacht, dass Kunden lieber ein höheres Honorar zahlen, als den Namen des Urhebers zu nennen. Sei es, weil man nicht preisgeben möchte, das das Bild aus einer externen Quelle oder von einer Agentur stammt oder weil diese Angabe das Design ggf. (zer)stören würde.

Lizenzfrei / Lizenzpflichtig

Im Regelfall erwirbt man nicht das Foto, sondern lediglich eine Lizenz. Hier sind oft die Begriffe „lizenzpflichtig“ (rights managed) und „lizenzfrei“ (royalty free) im Spiel. **Wichtig:** Lizenzfrei bedeutet nicht kostenlos!

Oft glauben unerfahrene Bildverwender, dass die Unterscheidung zwischen kostenpflichtig und kostenfrei vorliegt. Das ist jedoch falsch! Für beide Varianten muss eine Lizenzgebühr gezahlt werden, wenn dies nicht generell oder unter bestimmten Bedingungen ausgeschlossen wurde.

Bei lizenzpflichtigen Bildern richtet sich der Preis nach der Art und dem Umfang der Verwendung (z.B. Druckauflage, Größe, Verwendungsdauer). Bei lizenzfreien Bildern hat das Bild einen Pauschalpreis, im Wesentlichen unabhängig von den oben genannten Faktoren. Dennoch kann es Einschränkungen geben. Nochmals sei betont, dass auf für Lizenzfreie Bilder normalerweise eine Lizenzgebühr entrichtet werden muss.

Sind Creative Commons Bilder wertlos?

Nein. Nur weil Bilder (ggf. unter bestimmten Voraussetzungen) ohne die unmittelbare Zahlung von Lizenzgebühren angeboten werden sind sie nicht automatisch wertlos. schon gar nicht, wenn man die zu Beginn genannten Faktoren berücksichtigt. Auch derartige Bilder werden mit oft teurem Equipment und nicht minderem Aufwand erstellt.

Bei der Art der Verwendung entscheidet der Rechteinhaber, unter welchen Bedingungen er seine Werke freigibt. Bilder, die unter „public Domain" oder „CC0" lizensiert werden, können im Regelfall ohne weitere Einschränkungen genutzt werden. Egal ob redaktionell oder kommerziell und auch ohne Benennung des Urhebers möglich.

Gängigere Creative Commons Lizenzen sind z.B. CC-BY (Urheber muss genannt werden) oder CC-BY-NC (Urheber muss genannt werden, nicht kommerzielle Verwendung gestattet). Entsprechende Abstufungen sind dabei sehr wichtig, da viele Fotografen ihr Bild z.B. nicht ohne Ihren Namen veröffentlicht sehen möchten oder die kommerzielle Verwendung ausschließen. Oft deshalb, weil das identische Bild vom Fotografen ohne diese Einschränkungen gegen die Zahlung eines Honorars angeboten wird. (s.o.)

Hierzu zwei Praktische Alltagsbeispiele, die verdeutlichen, dass auch kostenlose Gegenstände und Leistungen einen messbaren Wert haben:

1. In vielen Orten ist das Parken auf entsprechend ausgewiesenen Fläche mit einer ordnungsgemäß eingestellten Parkscheibe kostenlos. Ohne Parkscheibe hingegen wird ggf. ein Bußgeld fällig, wenn das Ordnungsamt den Verstoß bemerkt. Diese Gebühr fällt an, obwohl das Parken mit Parkscheibe kostenlos gewesen wäre. In diesem Fall sind die Regeln sogar so streng, dass nur eine Amtliche Parkscheibe gültig ist und Parkscheiben in pink oder selbst gemalte nicht anerkannt werden.
2. Wenn man in einem Geschäft beim Kauf von 2 Pullovern im Wert von je 20 EUR einen dritten (wertgleichen) Pullover gratis dazu bekommt, dann hat man zwar für diesen Pullover kein Geld

gezahlt, aber er wird dadurch nicht wertlos, sondern hat natürlich ebenfalls einen Wert von 20 EUR.

Creative Commons Bilder haben somit ebenfalls einen Wert und sind ein wichtiges Marketing-Instrument für viele Fotografen, die so die Verbreitung ihres Namens vorantreiben können als Gegenleistung für honorarfreie Bilder. Der Fotograf verzichtet also für die Nennung seines Namens auf das Honorar, das er üblicherweise verlangen würde.

Beitragsbild: Geld, Tim Reckmann

Abmahnung von Tim Reckmann / agentur59

Kürzlich rief jemand in unserer Agentur an und sagte, er habe eine Abmahnung von Tim Reckmann bekommen für ein Bild, das er von Pixelio, Flickr oder Wikipedia heruntergeladen habe. Die Person sagte, das Bild wäre doch Lizenzfrei gewesen und wieso denn Herr Reckmann nun eine Abmahnung verschicken würde.

Grund genug, diesen Sachverhalt hier einmal ausführlicher zu beleuchten. Schließlich sind wir eine professionelle Bildagentur mit einem Portfolio aus über 100.000 Bildern, die wir größtenteils kommerziell anbieten. Wir bieten die Bilder über unsere Webseite agentur59.de unseren registrierten Kunden ausschließlich ohne Referenzierung (Nennung von Urheber und Quelle) an. Viele unserer Kunden fanden derartige Hinweise störend und wollten lieber etwas mehr bezahlen, als irgendwo einen Hinweis unterzubringen. Oft ist es auch nicht möglich, den Hinweis unter dem Bild oder am Seitenende so zu platzieren, dass man ihn zum Bild zuordnen kann. Solche Hinweise sind auch bei kostenpflichtigen

Portalen wie Fotolia oder Shutterstock erforderlich. Das wissen nur viele nicht.

Viele verwechseln noch immer „lizenzfrei“ mit „kostenlos“ und denken, wenn etwas „kostenlos“ ist, dann habe es „keinen Wert“. Mit diesem Thema beschäftigen wir uns in Kürze auch einmal, denn auch Bilder, die z.B. unter Creative Commons stehen haben selbstverständlich einen Wert. Es wäre ja auch komisch, etwas als „wertlos“ zu bezeichnen, nur weil man es unter bestimmten Voraussetzungen kostenlos Verwenden darf. Wenn man beim Kauf von zwei Produkten ein drittes – gleichwertiges – dazu bekommt, so ist es ja deshalb nicht wertlos, weil man nichts dafür gezahlt hat. Wie gesagt: mehr dazu in Kürze.

Neben den kostenpflichtigen Bildern veröffentlicht Tim Reckmann – ebenso wie andere Fotografen unserer Agentur – ca. 1-2 Prozent seiner Bilder auch in freien Datenbanken, wie die oben erwähnten Flickr, Wikipedia oder Pixelio. Warum? Zu Werbezwecken. Diese ausgewählten Bilder werden ausdrücklich in solchen Datenbanken veröffentlicht, wo der Fotograf als Gegenleistung für die Verwendung die Nennung seines Namens erhält. Das ist quasi das Honorar für das Bild. Umso wichtiger ist es, dass die Nennung auch vorhanden ist – und zwar so, dass sie unter dem bild oder am Seitenende steht und dem Bild zuzuordnen ist. Immer. Anderenfalls könnte man die Bilder ja auch gleich auf Portalen hochladen, wo diese Pflicht nicht besteht.

Bei über 100.000 Bildern wird auch immer wieder stichprobenartig nach Bildern im Netz geschaut. Das dient der Marktanalyse. Schließlich wollen wir ja sehen, welche Bilder wie von unseren Kunden verwendet werden.

Leider stellen wir dabei immer wieder fest, dass ein Großteil der Bilder, die wir verkaufen (und auch wie oben erwähnt gegen Kennzeichnung anbieten) immer wieder irregulär verwendet oder „geklaut“ werden.

So verschicken wir täglich dutzende E-Mails, die Webseitenbetreiber, Zeitungen, Blogger und Firmen darauf hinweisen, dass sie etwas falsch gemacht haben. Dabei verzichten wir in dieser üblicherweise verschickten E-Mail ausdrücklich auf ein Honorar, sondern fordern lediglich eine kurzfristige Nachbesserung. Glücklicherweise kommen fast alle angeschriebenen Personen und Firmen dieser Forderung nach. Das ist schnell unbürokratisch und für die Gegenseite deutlich angenehmer, als würden wir direkt eine anwaltliche Abmahnung verschicken mit einer Unterlassungsaufforderung usw. – es gibt Fotografen, die gehen bei Bilderklau deutlich rigoroser vor (siehe hier), doch davon distanzieren wir uns ausdrücklich. Uns geht es um eine faire Nutzung unserer Bilder – schon deshalb, um fair gegenüber unseren Zahlenden Kunden zu sein.

Es kommt jedoch vor, dass auf unsere nett gemeinten E-Mails nicht reagiert wird. Auch dann lassen wir den Anwalt erst einmal außen vor und schreiben die Bildverwender postalisch an. Oft stellt sich dann heraus, dass man lieber eine Gebühr für die Verwendung von Bildern zahlt, als den Namen des Urhebers zu benennen. Gelegentlich ist dann die Rede davon, dass man eine **Abmahnung von Tim Reckmann / agentur59** erhalten habe. Tim Reckmann ist nicht der Fotograf aller Bilder der agentur59, sondern lediglich der Inhaber der Agentur und der Verwendungsrechte sämtlicher Fotos aus dem Portfolio.

Die Mitarbeiter unserer Agentur versuchen auch für den seltenen Fall einer anhaltenden unsachgemäßen Verwendung immer mit den betreffenden Personen und Firmen in Kontakt zu treten – per E-Mail, per Brief und auch per Telefon. Wir empfehlen den betroffenen Personen und Firmen auch immer, sich juristischen Rat bei Anwälten einzuholen. Mit entsprechendem Wissen ist man dann schnell auf einer gemeinsamen Basis und im Regelfall weiss danach jeder, wie man ein Bild verwenden sollte. Eine Rechtspflicht zur „Warnung“ per E-Mail gibt es übrigens nicht, weshalb das Bestreiten des Empfangs nicht zielführend ist. Mit Ehrlichkeit kommt man im Regelfall weiter.

Wir dürfen zwar keine Rechtsberatung machen, versuchen aber hier immer wieder aus Sicht unserer Agentur ein paar Informationen aus dem Alltag zu veröffentlichen.

Bei Fragen stehen wir gerne unter mail@agentur59.de zur Verfügung und vermitteln auch gerne Kontakt zu kompetenten Anwälten.

Beitragsbild: Tim Reckmann / FotoDB.de

Lizenzhinweisgenerator

Ein nützliches Tool, wenn man Fotos aus Wikipedia bzw. Wikimedia Commons verwenden möchte ist der [Lizenzhinweisgenerator](). Dazu muss einfach der Link zu einer Abbildung in das Suchfeld eingegeben werden und anhand einiger Fragen wird automatisch der korrekte Lizenzhinweis generiert.

Screenshot: https://lizenzhinweisgenerator.de, Foto: Tim Reckmann

Das Tool beschränkt sich auf Bilder die unter der Creative Commons Lizenz freigegeben wurden. Unterstützt wurde das Tool vom Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht Dr. Till Jaeger, JBB Rechtsanwälte in Berlin.

Der Lizenzhinweisgenerator soll die legale Nachnutzung von bestimmten urheberrechtlich geschützten Bildern vereinfachen. Sie kann niemals alle möglichen Anwendungsfälle und Besonderheiten abdecken und ersetzt in keinem Fall die qualifizierte juristische Beratung durch einen Anwalt.

Beitragsfoto: Jules Henze,„Å i Lofoten III (corrected)“, CC BY 2.0
Screenshot: https://lizenzhinweisgenerator.de/

Guido Karp zu Bilderklau und Urheberrecht – ehrlich und direkt!

Rechtsanwalt Karsten Gulden hat eine großartiges Interview mit Starfotograf Guido Karp geführt, in dem Karp direkt und ehrlich seinen Standpunkt zu Urheberrecht und Bilderklau erläutert. Beim ersten lesen mögen einige seiner Aussagen schon sehr extrem klingen, aber wenn man darüber nachdenkt, so muss man doch eingestehen, dass er Recht hat.

So findet der Fotograf, dass bei unerlaubter Nutzung der Verletzer auch bestraft werden müsse. Dabei machte er deutlich, dass er in einer Bestrafung nicht nur eine Art Nachzahlung sieht (womöglich noch mit Mengenrabatt), sondern eine Bestrafung, die im übertragenen Sinne auch weh tut. Dabei zieht Karp einen Vergleich zum Straßenverkehr in Deutschland, wo das „Knöllchen" für falsches Parken oft günstiger ist, als wenn man die volle Parkgebühr korrekt bezahlen würde.

Es ist sehr spannend zu lesen, wie ein Profi im Business mit dem Thema umgeht. Dagegen wirken viele Berufskollegen wie

Waisenknaben. Dabei erinnert Karp nur daran, was Bestandteil jeder Erziehung sein sollte: Nimm nur das, was Dir auch gehört. Ansonsten wäre auch ein vorheriges Nachfragen angebracht …

Viel Spaß beim Lesen!

Das komplette Interview gibt es hier: http://www.infodocc.info/guido-karp-starfotograf-zum-bilderklau-fair-use-und-urheberrecht-ehrlich-offen-ungeschminkt/

Beitragsfoto: „Guido Karp and Angus Young of AC/DC, London 2008“ von Michael Kölsch (Fotograf) für GKP.LA. Lizenziert unter CC BY-SA 3.0 über Wikimedia Commons

Speicherplatz

Mit aktuell knapp 108.000 Bildern im Portfolio sind wir eher eine kleine Bildagentur. Dennoch wird auch schon bei dieser Größe eine Menge Speicherplatz benötigt. So belegen die Bilder unserer Datenbank aktuell bereits **ca. 0,88 Terabyte**.

Darin enthalten sind noch nicht die Vorschau-Grafiken, der Programmcode und – ganz wichtig – die Backups. Letztere sind gleich mehrfach vorhanden, so dass die Daten redundant gesichert sind. Unsere Bilder sind unser Kapital und das muss entsprechend gesichert werden.

Hierdurch werden keine unwesentlichen monatlichen Kosten verursacht. Dabei setzen wir auf skalierbare Online-Lösungen. Neben der lokalen Datenhaltung nutzen wir den Jelastic-Cloud-Service der dogado GmbH.

Lesetipp: Dr. Till Kreutzer – Leitfaden zur Nutzung von Creative-Commons-Lizenzen

Etwa ein bis zwei Prozent der Bilder aus unserer Agentur stellen wir neben der Kauf-Version unter bestimmten Bedingungen auch unter der Creative-Commons-Lizenz zur Verfügung. Wir werden gelegentlich gefragt, wie man entsprechende Bilder korrekt verwendet. Das ist gar nicht so schwer und wurde von der UNESCO, dem Hochschulbibliothekszentrum des Landes NRW und Wikimedia Deutschland herausgegeben. Hier sind von Autor Dr. Till Kreutzer auf 88 Seiten die unterschiedlichsten Lizenz-Arten und die dazugehörigen Verwendungsmöglichkeiten kurz und knapp umrissen. Über anschauliche Grafiken und Tabellen bekommt man guten Überblick. Dabei soll der Leitfaden zur rechtssicheren Verwendung von Open Content beitragen und richtet sich ebenso an Privatpersonen, wie an Unternehmen.

Das Werk selbst wird unter der Lizenz CC-BY (s.u.) angeboten und steht auch auf hier als kostenloser Download zur Verfügung. Wer lieber eine gedruckte Version dieser tollen Broschüre haben möchte, der kann diese kostenlos unter der E-Mail Adresse presse-de@wikimedia.de anfordern.

Download: Open Content – Ein Leitfaden zur Nutzung von Creative-Commons-Lizenzen (2,29 MB)

Lizenz: Der Text der Publikation wird unter der Lizenz Creative Commons Namensnennung 4.0 International (CC BY 4.0) veröffentlicht. Den vollständigen Lizenztext findet man unter: https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/ legalcode.

Beitragsbild: Benh Lieu Song , CC BY-SA

News und Infos über die agentur59

Auf vielfachen Wunsch haben wir nun eine Art Online-Tagebuch eingerichtet, dass dem geneigten Leser einen Blick hinter die Kulissen einer Bildagentur erlaubt. Dabei geht es um die Produktion von Bildern, Kunden-Akquise, Rechteüberwachung, Statistiken oder auch die Technik, die hinter der Verwaltung von über 100.000 Bildern steht. Wir werden hier nicht täglich berichten, aber es gibt immer wieder Situationen, die es wert sind, einen Kurzen Artikel darüber zu schreiben. Gerne stellen Sie uns auch Fragen oder schreiben Sie Anmerkungen zu den verschiedenen Themen. Wir freuen uns über Ihr Feedback.