

SPIEGEL: Einkaufs-AGB 2011

- Alexander Koch / Stand 11.08.2011 -

Der Spiegel-Verlag will sich mit seinen neuen Einkaufsbedingungen ein umfangreiches Rechtepakett für die digitale Nutzung von Bildmaterial sichern. Kritisch sind auch werbliche Nutzungen als Faksimile und in sozialen Netzwerken zu sehen. Klarstellungen benötigen die Klauseln zur Archivierung und zur Bildbeschriftung. Hierzu werden Argumentationshilfen für Verhandlungen an die Hand gegeben.

Der Spiegel-Verlag hat den Bildanbietern neue Allgemeine Geschäftsbedingungen vorgelegt. Damit die vorgeschlagenen AGB nicht einfach Vertragsgrundlage der bisherigen Geschäftsbeziehungen werden, sollte diesen ausdrücklich widersprochen werden. Für die sich anschließenden Verhandlungen hat der BVPA einzelne Klauseln geprüft und gibt Argumentationshilfen für die Verhandlungen an die Hand. Die Ausführungen beschränken sich auf die „Bildbestellungen bei Fotografen, Agenturen oder Online-Datenbanken“ (II.). Da uns alte Einkaufsbedingungen nicht vorliegen, ist ein Abgleich mit den neuen Konditionen nicht möglich:

Der Spiegel bietet bei Ziffer 1 offensichtlich höhere **Anstrichhonorare** an. Etwas versteckt wird erst bei Ziffer 2 das für die Online-Nutzung auf 10% des Anstrichhonorars festgelegte Honorar aufgeführt. Weitaus wichtiger ist der mit dem Honorar einzuräumende erweiterte Nutzungsumfang, der trotz der Honoraranhebung außer Verhältnis steht (hierzu unten).

Mit den bei Ziffer 2 geregelten **Rechteklauseln** sichert sich der Spiegel neben den Printrechten diverse Digitalrechte. Zu den einzelnen Nutzungsarten:

- Unklar ist die Einräumung von **Vermietrechten**. Weil Fotografen, aber auch Bildagenturen diese Rechte bereits der VG Bild-Kunst einräumen (§ 1 Ziff. 1 Nr. 5 des Wahrnehmungsvertrages), ist eine nochmalige Rechteeinräumung nicht mehr möglich. Damit die Bildanbieter sich nicht schadenersatzpflichtig machen, ist das Vermietrecht zu streichen.

- Von weitreichender Bedeutung sind die Rechte für **Faksimileausgaben, Datenträger und Endgeräte (insbesondere mobile)**, mit denen sich der Spiegel ein umfangreiches Rechtepakett sichern will. Wie noch bei den Gesprächen zu den App-Honoraren sieht der Spiegel nun von einer prozentualen Abhängigkeit von (rückläufigen) Print-Auflagen ab. Jeder Bildanbieter muss aber für sich kalkulieren, ob die nur leicht erhöhten Anstrichhonorare die weiteren Nutzungen ausreichend abdecken. Weil zum jetzigen Zeitpunkt die technischen und wirtschaftlichen Entwicklungen der neuen Medien nicht abgeschätzt werden können, sollten Neuverhandlungen ausbedungen werden, wenn die Downloadzahlen aller mobiler Medien zum Beispiel 1 % der Print-Auflage übersteigen. Zu prüfen wäre dann vor allem, ob sich der günstigere Vertrieb der Tablet-Ausgaben gewinnsteigernd auswirkt, woran die Bildanbieter natürlich zu partizipieren wären.

- Hervorzuheben ist die **faksimilierte Nutzung im Rahmen üblicher Werbung**. Der Wortlaut lässt die Verwendung eines Fotos in beliebiger Größe, also auch Plakate zu. Eine Begrenzung des Abbildungsformats - wie die in den Bildhonoraren genannte 1:1-Größe (MFM 2011, Seite 11, letzte Zeile) - wäre angemessen.

- Mit der Verwendung von Bildern in **sozialen Netzwerken** wird der Spiegel ebenfalls werbliche Zwecke verfolgen. Auch bei dieser Nutzung ist eine Streichung der Klausel zu verlangen.

- Unklar ist der Umfang des **Archivierungsrechts**. Die recht weite Formulierung lässt verschiedene Auslegungen zu:

- Zunächst ist unklar, ob der Spiegel ein **zeitlich unbefristetes Einstellen** des Fotos auf einer Website oder in anderen digitalen Medien anstrebt. Auch mit der Einführung einer Pay-Wall (zB. New York Times) könnte der Bildanbieter nicht nachlizenzieren. Gerade die digitale Nutzung wirft Fragen bei der Nutzungsdauer auf. Es ist äußerst zweifelhaft, ob das an eine Bildagentur für eine einmalige Nutzung gezahlte Honorar eine zeitlich unbefristete Nutzung abdecken kann.

- Die **Begrenzung der Nutzung auf interne Zwecke** ist angemessener (so etwa § 9 Ziff. 4 der Vergütungsvereinbarung DJV ./ BDZV).

- Vor allem lässt sich nicht ausschließen, dass der Spiegel sich mit der Archivierung zu einer **erneuten Nutzung** berechtigt sieht, was wegen der bisher schon geübten Praxis zu erwarten ist. Eine Bildagentur kann hierdurch in einen Konflikt mit ihren Bildlieferanten wie Fotografen oder Partneragentur geraten, wenn diese zwischenzeitig den Agenturvertrag gekündigt haben. Insoweit ist eine Klarstellung erforderlich, dass die Archivierung den Spiegel nicht zu einer erneuten Nutzung berechtigen soll.

Die in Ziffer 6 genannte formale und inhaltliche Vorgabe der **Foto-Caption** durch den Spiegel ist aus mehreren Gründen problematisch:

- Nicht jeder Agentur ist es möglich, in jedem Bild alle Angaben in der vom Spiegel geforderten Form zu erbringen. Bei historischen Fotos lassen sich nicht alle Angaben nachträglich recherchieren. Aber auch bei jüngeren Bildern können sich die Verhältnisse des Abgebildeten verändern; eine kontinuierliche Überarbeitung der Foto-Caption ist allein aus wirtschaftlichen Gesichtspunkten unmöglich.

- Dieses darf dem Spiegel nicht die Gelegenheit einräumen, unter Berufung auf seine AGB vereinbarte Honorare nachträglich mindern zu können, nur weil der Bildtext nicht den Spiegel Vorgaben entspricht.

Die Klausel sollte somit gestrichen werden.