

**VG Bild-Kunst 2014**  
**Anmeldung nach neuem Verteilungsplan**  
- Alexander Koch / 08.07.2014 -

**Die VG Bild-Kunst fordert wieder zur Anmeldung von Bildnutzungen auf. Hierbei ist eine Veränderung in der Kategorie Lesezirkel etc. zu beachten. Die BVPA-Mitgliedsagenturen werden aufgerufen, trotz der erst Ende Oktober endenden Anmeldefrist, Probleme bei der Anmeldung mitzuteilen. Zudem stellt sich bei der Bibliothekstantieme die Frage nach einer Angabe der ISBN.**

**1. Neue Verteilung bei der VG Bild-Kunst in der Kategorie „Lesezirkel / Pressespiegel / Kopieren / Kabelvergütung“**

Einige Mitglieder werden bei den Anfang Juni eingegangenen Unterlagen der VG Bild-Kunst gemerkt haben, dass die Meldekarte „Lesezirkelvergütung, Kopierabgabe, Pressespiegelvergütung und Weitersendevergütung“ unterschiedliche Kategorien vorsieht. Der 6. Verteilungsplan (Kopiervergütung) berücksichtigt unter 2b) die Rechteinhaber bei den Fotokopierabgaben mit folgenden Multiplikatoren:

• Ausschließlich redaktionelle Nutzung (hohe Verbreitung / Auflagen ab 300.000)	1,25
• Ausschließlich redaktionelle Nutzung (normale Verbreitung)	1,00
• Ausschließlich redaktionelle Nutzung (normale Verbreitung)	1,00
• Überwiegend redaktionelle Nutzung	0,75
• Überwiegend werbliche Nutzung	0,25
• Ausschließlich werbliche Nutzung	0,05

Der Auszug aus dem Verteilungsplan ist im Anhang abgedruckt. Den kompletten Verteilungsplan findet man unter

<http://www.bildkunst.de/service-fuer-nutzer/download-formulare-dokumente/download-verteilungsplan.html>.

Die Änderung initiierten die Auftragsfotografen, vertreten durch den BFF, die zuvor mit einem Multiplikator von nur 0,05 berücksichtigt wurden. Bei der Abstufung gilt weiterhin der Grundsatz, dass redaktionelle Medien häufiger kopiert werden als Werbung und stärker bei der Verteilung berücksichtigt werden müssen. Vorteile erhoffen sich vor allem Fotografenverbände wie Freelens oder die Gewerkschaften für ihre eher journalistisch orientierten Mitglieder. Die Neuregelung wirft aber einige praktische Fragen auf:

**1.1** Die VG Bild-Kunst gibt leider keine Hilfe für die **Ermittlung von Auflagenhöhen** an die Hand. Eine höhere Verbreitung wird bei Publikationen mit höheren Auflagen als 300.000 Exemplaren angenommen. Diese Wertgrenze hat wohl der DJV in letzter Minute eingebracht, ohne jedoch die sich hieraus ergebenden Folgefragen zu stellen, geschweige zu beantworten. Nach Auskunft der VG sollen bereits die gedruckten Auflagen gelten. Unklar ist noch die Ermittlung dieser Zahlen, weil die IVW die verkauften Auflagen angibt. Zudem herrscht Ungewissheit über das Erfassungsdatum (Anfang oder Ende des Jahres oder Durchschnitt der Quartalswerte). Weil nicht so viele Publikationen diese Aufлагengrenze durchbrechen, ist eine mit der VG Bild-Kunst abgestimmte Liste angedacht. Vorschläge, wie diese ohne größeren Aufwand aufgestellt werden kann, werden gerne entgegen genommen.

**1.2** Fragen werfen auch die **Kategorien** auf. Missverständlich ist das Merkblatt wegen der (Bild-) Stockagenturen. Mit ihrem Merkzettel wendet sich die VG Bild-Kunst an Fotografen, die ihre Bildnutzungen wegen Abo-Modellen nicht mehr komplett melden können. In der Abstufung werden die Fotografen quasi als Auftraggeber eingeschoben. Die VG teilt somit mit, dass Stockagenturen ihre Lizenzierungen nicht ausschließlich der dritte Stufe („Überwiegend redaktionelle Nutzung“) zuordnen müssen, die beispielhafte Aufzählung der Bildagenturen richte sich nur an die Fotografen. Die Stockagenturen sollten also die Gelegenheit nutzen, ihre Lizenzierungen besser dotierten redaktionellen Kategorien zuzuordnen.

**1.3** Die **Diskussion zum Verteilungsplan ist nicht abgeschlossen**. Weil die Vertreter der VG die Auswirkungen offensichtlich nicht überschauen, soll ein Zwischenergebnis nach der ersten Ausschüttung gezogen werden. Die Verwaltungsratssitzung im Frühling 2015 wäre eine gute Gelegenheit, Änderungswünsche zur Ausschüttung und für künftige Anmeldungen einzubringen. Hinweise zu dem Thema werden in der BVPA-Geschäftsstelle gerne entgegen genommen.

## **2. Angabe der ISBN in der Kategorie Bibliothekstantieme**

Eine Mitgliedsagentur fragte an, ob bei Meldungen für die Bibliothekstantieme zwingend die ISBN anzugeben ist. Weil die VG Bild-Kunst die ISBN für Plausibilitätskontrolle benötigt, beantwortet sie diese Frage mit Ja. Fehlt eine ISBN, kann die Meldung nur per (analogem) Meldezettel und mit Übersendung eines Belegexemplars erfolgen (Mindestauflage 250 Stück).

In der BVPA-Geschäftsstelle kommt die Frage auf, Bildagenturen die ISBN automatisch erfassen und zumindest ihre Fotografen in ihre Sales-Reports mitteilen können. Zudem ist die Frage aufgekommen, ob ein Bedürfnis nach elektronischen Sammelmeldungen (per Excel- oder XML-Datei) besteht. Diese Möglichkeit bietet die VG wohl noch nicht an, verschließt sich nicht dieser Idee. Falls bei BVPA-Agenturen Interesse besteht, bitten wir um einen Hinweis in der BVPA-Geschäftsstelle.

---

## Anhang

### Aus dem Verteilungsplan der VG Bild-Kunst:

„ 6. Verteilungsplan Kopiervergütung	
...	
Fotokopieren	
1. ...	
2. Urheber	
a) ...	
b) Bei der Berechnung der Anteile für das Fotokopieren aus Periodika werden folgende Multiplikatoren für die Auftraggeber berücksichtigt:	
Ausschließlich redaktionelle Nutzung – hohe Verbreitung	1,25
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachrichtenagenturen</li> <li>• Pressebildagenturen</li> <li>• Sportbildagenturen</li> <li>• Redaktionelle Auftraggeber mit Auflagen ab 300.000 (auch kumulativ)</li> </ul>	
Ausschließlich redaktionelle Nutzung – normale Verbreitung	1,00
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitungs- und Zeitschriftenredaktionen und -verlage</li> </ul>	
Überwiegend redaktionelle Nutzung	0,75
<ul style="list-style-type: none"> <li>• (Stock-)Bildagenturen</li> <li>• kulturelle Auftraggeber (z. B. Museen, Theater)</li> </ul>	
Überwiegend werbliche Nutzung	0,25
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presseabteilungen von Direktkunden aus Industrie und Handel</li> <li>• Angehörige freier Berufe (z. B. Architekten), Verbände, andere öffentliche Auftraggeber</li> </ul>	
Ausschließlich werbliche Nutzung	0,05
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbeagenturen</li> <li>• Marketingabteilungen von Unternehmen“</li> </ul>	