



(Not) Pinterested



Pinterest –
Gefahren der unkontrollierten
Bildverbreitung durch Foto-
Netzwerke



Pinterest allgemein



Wie eine Pinwand, nur virtuell: Bei „Pinterest“ können Nutzer Fotocollagen basteln und sie mit anderen teilen.

dpa / Julian Stratenschulte

Quelle: dpa

Wortschöpfung aus „pin“ (etwas anheften) und „interest“ (Interesse)

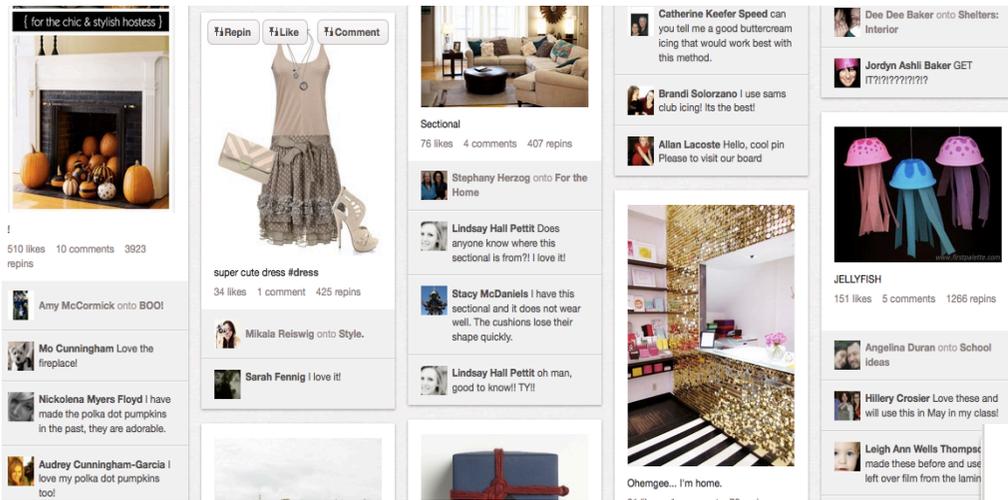
Pinterest allgemein

- Soziales Foto-Netzwerk von Cold Brew Labs Inc.
- Seit März 2010 online
- In den USA im Februar 2012 17,8 Millionen eindeutige Besucher (drittbeliebtestes soziales Netzwerk in Nordamerika)
- Zielgruppe: weiblich (60-65%), Midwest
- In Deutschland im Februar 2012 268.000 eindeutige Besucher (Jan.: 69.000)

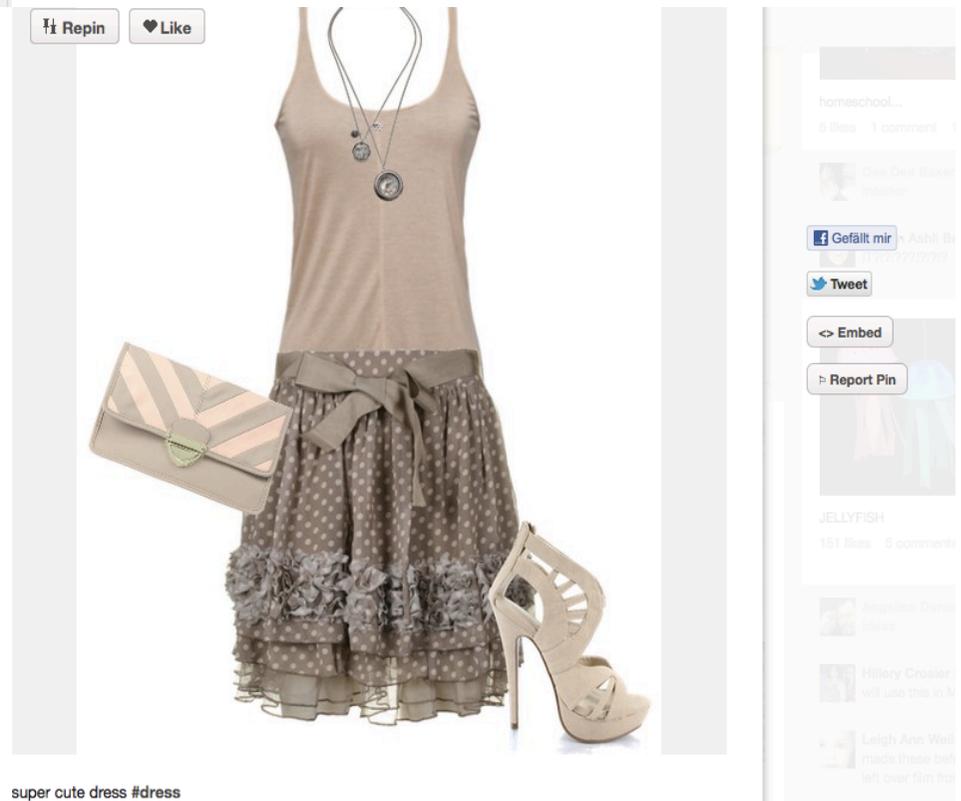
Pinterest – Wie funktioniert's?

- Nur auf Einladung nutzbar
- Fotos von beliebigen Internetseiten an virtuelle Boards „pinnen“
- Mit „Repin“ werden Bilder aus anderen Alben übernommen
- Freunde erfahren über Twitter und Facebook von neuen „Pins“
- Organisation der Bilder durch Kategorien und Benennung der eigenen Boards (Art, Pets, Food & Drink, Wedding & Events etc)
- Mitglieder können anderen Nutzern folgen und bekommen dann deren Fotos

Pinterest – Wie funktioniert's?



"Quelle": Pinterest



Provozierte Urheberrechtsverletzung?

- Gepinnte Bilder für alle sichtbar
- Wenn ein Bild hochgeladen wird (nicht gepinnt!), weist kein Link mehr zum Urheber → kein Werbeeffect u. evtl. irgendwann verwaistes Werk
- Laut AGB sollen Bilder frei von Rechten Dritter sein → Tausende von Bildagentur-Bildern schon in den Boards

Provozierte Urheberrechtsverletzung?

- Gewöhnungseffekt bei Nutzern und evtl. auch Firmen → „Bilder sind doch kostenlos“
- Metadaten-Problem: keine Metadaten auf den Boards, nur im Zwischenspeicher
- Auch High-Res kann hochgeladen werden
- Mittlerweile auch von zahlreichen (Medien-)Marken genutzt z.B. ZEITonline, SZmagazin, RTL II, Adidas

Urheber ad absurdum

Do you have a favorite food pinner? Let us know!

Raspberry Pavlova

1 of 11



Pinned By Morgan Moore

PLAY FULLSCREEN ZOOM SHARE THIS SLIDE

Gegenmaßnahmen

- Pinterest nicht nutzen (Not Pinterested)
- Bei Nutzung immer Wasserzeichen + Urheberrechtsvermerk in Metadaten
- Sichtbares Logo des Fotografen oder der Agentur
- Urheberrechtsverletzung selbst aufdecken u. Bilder aus Pinterest nehmen („notice and takedown“):
 - Formular
 - „Report Pin“-Button
- Opt-Out-Code nutzen:

“`<meta name=“pinterest“ content=“nopin“ />`“

Gegenmaßnahmen (optional)

- Google Bildersuche ausschließen → “robots.txt“-Datei in Stammverzeichnis des eigenen Servers einfügen:

“User-Agent: Googlebot-Image

Disallow: /“

- Rechtsklick auf Seite verbieten

Angriff der Klon-Netzwerke

- Mittlerweile zahlreiche Foto-Netzwerke nach Pinterest-Prinzip
- USA: *Stylepin*, *feed floyd*, *GetVega*, *Minglewing*, *Thinng*
- *Gentlemint* und *dartitup* wollen Männer zum „Pinnen“ bringen
- D: *pinspire* → scheinbar pleite; *Pixoona* → 25% der Erlöse bekommt Webseitenbetreiber, 50% behält Pixoona, 25% bekommt Pinner

Fragen

- Wie sind Ihre Erfahrungen mit der Plattform?
- Wie bewerten Sie Selbstvermarktungsversuche von Fotografen oder Agenturen über Pinterest?

