

Stipple und die Frage nach den besseren Metadaten

- Mathias Jahn -
Stand: 06.09.2012

„Images and Information, together again“ heißt es werbewirksam auf der Internetseite des Unternehmens [Stipple](#). Die Ziele des jungen Start-ups sind hoch gesteckt: Stipple verspricht eine innovative Methode für die Verknüpfung von Bildern mit Metadaten. Die Firma möchte für die grundlegenden Probleme im Umgang mit digitalen Bildern - Urheberkennzeichnung, Auffindbarkeit, Kontrolle über die Nutzung und Monetarisierung (eCommerce) – neuartige Lösungen bieten. Der BVPA hat sich die Möglichkeiten von Stipple angesehen und möchte nachfolgend auf die Vor- und Nachteile des neuen Verfahrens hinweisen.

Zerstörte Metadaten und die unbändige Bilderflut

Im Umgang mit digitalen Bildern bieten Daten nach IPTC- und Exif-Standard – sofern nicht mutwillig verändert - verlässliche Informationen hinsichtlich der Beschreibung und Urheberkennzeichnung von Bildern. Es handelt sich um einen international anerkannten Metadaten-Standard. Der BVPA tritt für den Erhalt dieser Mindestkennzeichnungen nach IPTC- und Exif-Standard ein.

„Der Urheber hat das Recht auf Anerkennung seiner Urheberschaft am Werk. Er kann bestimmen, ob das Werk mit einer Urheberbezeichnung zu versehen und welche Bezeichnung zu verwenden ist. (§13 UrhG). Diese Bestimmung des Urheberrechtes gilt selbstverständlich auch für digitale Bilder. Im Gegensatz zum physisch verbreiteten Foto, kann ein Urhebervermerk am digitalen Werk nur in Form von Metadaten erfolgen. Wer diese entfernt, nimmt dem Urheber das Recht auf Namensnennung.“
(BVPA Metadatenmanifest vom Dezember 2010)

Dennoch finden sich im Internet Milliarden von Bilddateien, deren Metadaten keinen Rückschluss auf den Urheber zulassen. Die Metatags wurden vorsätzlich entfernt oder durch automatisierte Programme unwiederbringlich gelöscht. Dieses Missverhältnis zwischen dem sekundlichen Anstieg der digitalen Bilderflut und dem Verlust von urheberrechtlichen Informationen wird durch die Dynamik der Blogs und sozialen Netzwerke, den Verbreitungsmotoren des Teilens, Retweetens und Repinnens, zusätzlich befördert und produziert in zunehmendem Maße verwaiste Werke.

Die soziale Fotocommunity *Pinterest*¹ beispielsweise entfernt die Metadaten automatisch – egal ob beim Hochladen oder Pinnen von Fotos.² *Facebook* geht sogar noch einen Schritt weiter. Beim

¹ Pinterest steht wegen permanenten Urheberrechtsverletzungen an Bildern in der Kritik. Obwohl das Fotonetzwerk in diesem Jahr versuchte, dieser Kritik mit verschiedenen technischen Lösungen zum besseren Schutz von Urhebern entgegenzuwirken, sind Urheberrechtsverletzungen durch das unkontrollierte Teilen von Bildern quasi systemimmanent.

² siehe hierzu: <http://artists-bill-of-rights.org/news/campaign-news/pinterest--our-view-of-this-project/>

Upload von Fotos auf das Netzwerk werden die Metatags ausgelesen, für Facebooks Zwecke gespeichert und schlussendlich ebenfalls gelöscht. In den Facebook-Datenschutzrichtlinien gibt es dazu "netterweise" noch einen kleinen Hinweis:

„Falls du nicht möchtest, dass wir Metadaten speichern, die mit Inhalten verbunden sind, die du auf Facebook mit anderen teilst (beispielsweise Fotos), entferne diese Metadaten bitte, bevor du den Inhalt hochlädst.“

(Quelle: Facebook-Datenschutzrichtlinien – 2. Informationen, die wir erhalten. Stand: 29.10.2009)

Stipple sieht das Bild als interaktive Plattform - „Bring your images to life“

Das in San Francisco ansässige Dienstleistungsunternehmen Stipple möchte sich den Problemen des digitalen Zeitalters durch einen alternativen Ansatz nähern. Dafür löst es sich mit seinem sogenannten in-image Foto-Tagging-Modell vom Standard der IPTC-/Exif-Metatags und ermöglicht stattdessen eine Verlinkung mit externem Content. Hierbei wird ein sichtbares Bild mit Punkten markiert, die ein Betrachter anklicken kann, um zusätzliche Informationen zu dargestelltem Inhalt zu erhalten oder auf weiterführende Websites zu gelangen. „*Our technology allows for the Intellectual property information to travel with the image outside of the traditional exif/iptc scheme*“, erklärt Paul Melcher, Vizepräsident bei Stipple und aktiver [Blogger](#), auf eine E-Mail-Anfrage hin.

Als Hauptzielgruppe von Stipple lassen sich Markenhersteller und Werbetreibende identifizieren, die beispielsweise mit Bildern im Internet Werbekampagnen initiieren. Mit dem Verfahren soll die Verbreitung solcher Bilder nachvollziehbar bleiben – auch in den sozialen Netzwerken - und wertvoller Traffic zur eigenen Werbeplattform gleitet werden.

Das Unternehmen möchte digitale Motive zu „Intelligent Images“, intelligenten Bildern, machen. Der Urheber von Image-Content soll unabhängig von Metadaten befähigt werden, seinen Webfotos Copyright-Kennzeichnung, Werbe-Informationen und multimedialen Content anzuheften, um auf Basis dessen durch sein Bild kommunizieren zu können. Vor dem Hintergrund der steigenden Relevanz von Fotos im Netz – die weiter wachsenden Nutzerzahlen bei Pinterest sind ein Indiz dafür³ - sieht das Unternehmen Bilder als ideale Träger von interaktiven "Geschichten" (visuelles Storytelling im Bild).

Die geteilten Tennisschuhe - „The way people use your images has changed, isn't it time you do too?“

Rey Flemings, Mitbegründer und Geschäftsführer von Stipple, erklärt diese Form des Geschichten-Transports in einem [Interview](#) mit TechCrunch TV anhand eines Beispiels: Zu Werbezwecken lädt ein Sportartikelhersteller ein Foto von Tennisschuhen erstmalig auf seine Website. Hier liegt das ursprüngliche Motiv. Das Bild der Schuhe steht auf der Seite des Unternehmens in Verbindung mit einer das Foto umgebenden „Story“ in textueller Form (Werbebotschaft, Besonderheit, Preis). Lädt ein Besucher der Internetseite dieses Bild jedoch, alleine, in Blogs oder soziale Netzwerke wie Facebook oder Pinterest, verliert es die Geschichte – es verliert seinen textuellen Rahmen. Hier setzt Stipple an.

³ Weitere Belege für den Erfolg von Bildern im Netz sind die Übernahme von *Instagram* durch Facebook und der geplante Kauf des Pinterest-Konkurrenten *The Fancy* durch Apple.

Wie funktioniert Stipple? - Tüpfeln mit den kleinen Punkten

Durch die Nutzung eines neuartigen Bild-Taggings können Stipple-Anwender Videos, Audios, Produkte, Facebook-Kommentare, Destinationen (Geo-Tagging), Internetseiten oder Werbung in ihren Bildern verlinken. Hierzu wird ein Foto mit kleinen, interaktiven Daten-Punkten "betüpfelt" ("stippled"). Diese enthalten die relevanten Informationen. Die kleinen Markierungen sind nur dann für den Betrachter sichtbar, wenn der Rahmen des Bildes mit dem Mouse-Cursor überquert wird, ansonsten werden sie ausgeblendet. Durch das Einfügen eines von der Firma bereitgestellten JavaScript-Codes kann das Tagging auch außerhalb der sogenannten Stipple Community direkt auf der eigenen Seite vorgenommen werden.

Im Gegensatz zu anderen Firmen, die gleichartige Dienstleistungen anbieten, garantiert Stipple, dass die angehängten Daten – in Kombination mit dem Stipple-Watermarking - bei keiner Kopie des Bildes verloren gehen oder entfernt werden können. Zusätzlich hat Stipple eine Reihe von Analyse-Werkzeugen entwickelt, die jede Verwendung des Bildes registrieren, und diese Daten gezielt an den Urheber zurückleiten. Rey Flemings beschreibt den ultimativen Mehrwert, der durch dieses System entsteht, so:

"Images are the web's largest channel in terms of audience. But no one has had the ability to actually remain connected to and in control of their images on the open web - until now."

Fazit – Kleiner Mehrwert, viele ungelöste Probleme

Stipple bietet – auch für Profis - einen interessanten Mehrwert an, der über die Möglichkeiten der IPTC- und Exif-Metadaten hinausgeht. Die Verknüpfung eines Bildes mit einer Website, einem Video oder einer ganzen Fotostrecke ist ein solcher Mehrwert und kann als trendige Ergänzung zu "normalen" Metadaten gesehen werden. Auf der anderen Seite bleiben jedoch Zweifel an der Gebrauchstauglichkeit, Verlässlichkeit der Stipple-Daten und einem generellem Nutzen für Bildanbieter mit großen Bilddatenbanken.

Die Probleme hier kurz zusammengefasst:

1. Einfaches Entfernen der Stipple-Verlinkung

Ein erster kleiner Test mit einem runter- und wieder hochgeladenen Bild lieferte ein ernüchterndes Resultat: Die Stipple-Punkte, und damit auch die notwendigen Verlinkungen, waren nicht mehr in der Bilddatei erkennbar.

2. Ohne Stipple-Plugin kein Zugriff auf die Daten

Um die Stipple-Tags anhängen zu können bzw. sichtbar zu machen, bedarf es des Downloads eines Plugins. Dies beschränkt nicht nur die Möglichkeiten des Verfahrens aufgrund seiner (bisherigen) begrenzten Verbreitung, es birgt noch ein weit größeres Risiko in sich. Stipple ist kommerziell und proprietär. Ohne die Firma Stipple funktioniert das System nicht.

3. Zeitaufwand des Bild-Taggings

Die Stipple-Punkte zu Videos, Audios, Copyright usw. müssen durch den Bildrechteinhaber einzeln manuell gesetzt werden. Dies macht das Tagging - ähnlich einer Beschriftung durch IPTC-Informationen – enorm aufwändig. Für Bildagenturen, die Millionen von Bildern in ihren Datenbanken lagern, wäre das Verfahren mit einer nicht abzuschätzenden Kosten- und

Zeitbelastung verbunden

4. Rechtliche Hindernisse bei eingebauten Weblinks

Im geschäftlichen Umfeld können die Stipple-Tags/ -Verlinkungen zu Irritationen führen. Gesetzt den Fall, ein Bildurheber taggt sein Bild und verknüpft es zu einer kommerziellen Seite (Beispiel: Bild von einem *H&M*-Geschäft verknüpft mit der Website von *H&M*). Das Bild geht danach - via Agentur oder auch direkt - an eine Zeitung. Wenn dort der Stipple-Link noch funktionieren sollte, dann hätte die Zeitung im redaktionellen Bereich eine Werbung. Diese Form der Verknüpfung verstößt allerdings gegen das Presserecht.⁴ Noch weniger spaßig wird es, wenn das Bild mit Links zu Parteien oder Interessenverbänden getaggt ist.

IPTC ist zwar nicht so schick und hip wie die aufkommenden Tagging-Systeme von Stipple, [ThinkLink](#) oder [Luminate](#), aber dafür sind die Daten robuster und im Zweifelsfall auch von Menschen lesbar. Außerdem ist IPTC ein offener Standard, den jedermann ohne Lizenzprobleme nutzen und in Software einbetten kann. Kommerzialisierung ist per se nichts Negatives. Aber etwas so sensibles wie Urheberkennzeichnung sollte im Zweifelsfall nicht von kommerziellen Gesichtspunkten abhängen.

Weiterführende Links

- ♣ Website von Stipple:
Die derzeit bereitgestellte Beta-Version von Stipple ist kostenlos nutzbar. Die Anmeldung zur Community erfolgt über eine angeforderte Einladung durch den "request invite"-Knopf auf www.stipple.com oder - neuerdings - durch die Einladung eines Freundes.

<https://stipple.com>

- ♣ Interview mit Rey Flemings (Mitbegründer von Stipple) auf TechCrunch TV:

<http://techcrunch.com/2012/03/22/tctv-in-the-studio-stipples-rey-flemings-wants-to-turn-pictures-into-dollars/>

- ♣ Blog von Paul Melcher „Thoughts of a Bohemian“:

<http://blog.melchersystem.com/>

⁴ Trennungsgebot nach § 6 Telemediengesetz (TMG). Quelle: <http://www.linksandlaw.de/trennungsgebot-telemediengesetz.htm> (31.08.2012)