

ZEIT-Verlag: Einkaufs-AGB 2012

- Alexander Koch /Stand 19.09.2012 -

Für vielfältigere Nutzungen bietet der ZEIT-Verlag ein erhöhtes Honorar an. Hierbei ist das erheblich ausgeweitete Rechtspaket zu prüfen und ggf. zu verhandeln.

Seit Herbst 2011 bringt der ZEIT-Verlag ebenfalls seine Publikationen als Tablet-Versionen heraus. Für die erforderlichen Nutzungsrechte hatte der Verlag zunächst um eine Duldung der ausgeweiteten Nutzung gebeten, wo der BVPA vermittelte. Mit seinem Schreiben vom 07.09.-2012 bietet der Verlag ein um 4 % gesteigertes Honorar an. Dem sind die ausgeweiteten Nutzungsrechte gegenüber zu stellen, die die Mitgliedsagenturen bei den Verhandlungen berücksichtigen sollten. Hierzu die einzelnen Punkte:

Das unterbreitete Vertragsangebot unterscheidet nicht zwischen **Agentur- und Auftragsbildern**. Agenturen, die neben dem Anbieten von Agenturbildern auch Auftragsarbeiten vermitteln, sollten mit dem Verlag klarstellen, ob die Rahmenvereinbarung auch in diesem Bereich gelten soll. Zum Vergleich: Der Spiegel bot letztes Jahr einen Vertrag an, der zwischen diesen Bereichen eindeutig unterschied.

Von erheblicher Bedeutung ist die **Konkretisierung des Nutzungszeitraumes**. Die in Ziffer 2 des Schreibens vorgeschlagene Formulierung nimmt keine zeitliche Einschränkung vor, sodass der Verlag zur Verfügung gestellte Bilder in einem anderen Kontext verwenden kann. Auch wenn der Verlag ein Bild in unterschiedlichen Formaten nutzen möchte, sollte Klarheit darüber bestehen, dass die angebotene Vergütung nur die einmalige und vor allem die zeitgleiche Nutzung abgelden soll. Andere Nutzungen, vor allem im Zusammenhang mit einem anderen Artikel, sind gesondert zu vergüten.

Gleichgelagert ist natürlich die im gleichen Absatz beschriebene **Speicherung, Archivierung ... und öffentliche Zugänglichmachung**. Vor allem ist in der Rechtspraxis noch ungewiss, ob unter dem Begriff des „Archivierens“ nur eine Speicherung für interne Recherchezwecke, eine dauerhafte Online-Nutzung für die Leser oder sogar ein Vorhalten eines Bildes für erneute, andere Nutzungszwecke zu verstehen ist. Einige Agenturen werden möglicherweise nicht über so umfangreiche Nutzungsrechte verfügen. Falls eine zeitliche Befristung gewünscht und verhandelbar ist, sollte eine zeitliche Befristung der Nutzung klargestellt werden, um spätere Missverständnisse zu vermeiden.

Abschließend ist die **Verwendung von Bildern zu Werbezwecken** in den Fokus zu rücken. Sofern die Bildanbieter eine Begrenzung des Abbildungsformats auf eine 1:1-Größe erwarten (vgl. Bildhonorare 2012, Seite 15, letzte Zeile) ist dies ebenfalls klarzustellen.

Vergleiche auch:

- Schreiben an ZEIT-Verlage vom 19.09.2012
- BVPA-Vermerk „SPIEGEL: Einkaufs-AGB 2011 (abgelegt im Mitgliederbereich der BVPA-Website)