

Vertrag
zwischen der Bildagentur delofoto GmbH
und dem Fotograf

Name, Vorname:

Straße, Hausnr.:

PLZ Ort:

Geburtsdatum:

im Folgenden „Bildautor“ genannt
wird der nachfolgende Vertrag geschlossen:

§ 1 Vermarktungsumfang

Der Bildautor überträgt der Agentur das Recht, Nutzungsrechte am Urheberrecht der überlassenen Fotos, Diapositive und bildlichen Darstellungen Dritten gegenüber im In- und Ausland einzuräumen sowie Neben- und Folgerechte einschließlich etwaiger Senderechte wahrzunehmen.

Es ist der Agentur gestattet, Duplikate herzustellen und das Bildmaterial in Werbemitteln, Katalogen, Microfiches oder anderen Präsentationsmedien zu verwenden oder elektronisch zu archivieren und digital zu speichern. Die Agentur darf sich auch reisender Verkäufer oder Partneragenturen bedienen. Dabei wird die Agentur für eigene Rechnung tätig.

Die Agentur wird vom Autor auch ausdrücklich dazu ermächtigt, das überlassene Bildmaterial in elektronischer Form aufzubereiten und zu nutzen/zu vertreiben.

Zwischen den Parteien besteht Einigkeit, dass solchermaßen von der Agentur aufbereitetes und vertriebenes Bildmaterial nicht zurückgegeben werden kann und der Autor möglicherweise zukünftig an diesem Bildmaterial anderen Dritten gegenüber dementsprechend auch keine Exklusivrechte mehr einräumen können.

§ 2 Nutzungsrechte

Der Bildautor überträgt im Rahmen des vorliegenden Vertrages ausschließlich das Nutzungsrecht am Urheberrecht, nicht das Eigentum an den überlassenen Fotografien an die Agenturen, soweit es sich um Originale/Unikate handelt.

Demgegenüber gehen Duplikate – die als solche kenntlich zu machen sind – in das Eigentum der Agentur über, sofern diese sie auf eigene Kosten hergestellt hat.

Etwaige insoweit verbleibende Nutzungsrechte regelt § 13 dieses Vertrages.

§ 3 Vertragspartner

Der Vertrag regelt eine Partnerschaft, in der sowohl der Bildautor in seinem Angebot als auch die Bildagentur in der Auswahl des Bildmaterials frei und ungebunden ist.

Dem Fotografen wird nach der Beschriftung der Basisdaten eine Bestandsliste erstellt und gegebenenfalls ergänzt.

Die Zusammenarbeit zwischen den Parteien soll aber in jedem Falle dahingehend ausgerichtet sein, eine optimale Vermarktung des angebotenen bzw. vertriebenen Bildmaterials in allen derzeit bekannten Formen (Print, Dia, Funkbild, digitalisiertes Bild, CD-ROM, online) zu erreichen.

§ 4 Honorare

Der Bildautor überträgt der Agentur das Recht, die Nutzungsrechte am Urheberrecht in freier Entscheidung gemäß eigener Preisrichtlinien bzw. aufgrund der aktuellen Honorarübersicht der Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing (MFM) im BVPA anzubieten. Jede Nutzung ist honorarpflichtig.

Die so erzielten Honorare zwischen Bildautor und Agentur entsprechen dem im Anhang enthaltenen Abrechnungsmodell (Anlage 1, „03_20111209_Fotografen-Stammdaten“).

Der Bildautor darf durch einen vereidigten Buchprüfer, Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer nachprüfen lassen, ob die Berechnung seines Anteils den Tatsachen entspricht. Ergibt die Überprüfung, dass dies der Fall ist, hat der Bildautor die Kosten der Einschaltung des Prüfers zu tragen, andernfalls die Agentur.

Ist der Bildautor Mehrwertsteuerer, so erhält er auf seinen Anteil den gesetzlichen Mehrwertsteuersatz zusätzlich vergütet.

Diesbezüglich hat der Fotograf die diesem Vertrag beigelegte „Erklärung für Umsatzsteuerzwecke“ unterzeichnet (Anlage 2).

§ 5 Konkurrenzausschluss

Der Bildautor wird keine unmittelbaren Geschäfte mit solchen Bildabnehmern pflegen, die er durch die Vermittlung der Agenturen kennengelernt hat. Für jeden Fall einer Zuwiderhandlung gilt eine Vertragsstrafe in Höhe von 100 % des jeweils vom Bildautor erzielten Honorars als vereinbart. Die Agentur kann außerdem diesen Vertrag fristlos kündigen.

§ 6 Urhebernennung

Der Bildautor ermächtigt die Agentur, seinen Anspruch auf Anerkennung der Urheberschaft (gemäß § 13 Urheberrechtsgesetz) geltend zu machen und bei unzulässiger Unterlassung des Urhebervermerks grundsätzlich Schadenersatzansprüche durchzusetzen; eine entsprechende Prozessstandschaft zugunsten

der Agentur ist hiermit ausdrücklich vereinbart. Die hieraus etwa erzielten Erlöse werden gemäß § 4 abgerechnet.

§ 7 Abrechnung

Abrechnungen erfolgen frühestens in dem einem Zahlungseingang folgenden Monat, spätestens vierteljährlich. Belegexemplare werden mitgeliefert, soweit diese zur Verfügung stehen.

Vom dem Fotografen zustehenden Anteil werden von der Agentur die Gebühren für durchgeführte Archivierungs- und Werbemaßnahmen einbehalten. Die zur Zeit gültigen Gebühren gehen aus Anlage 1 hervor.

§ 8 Persönlichkeitsrechte

Der Autor versichert, dass er über das der Agentur gelieferte Bildmaterial frei verfügen darf und dass es frei von Rechten Dritter ist sowie dass abgebildete Personen mit der Veröffentlichung einverstanden sind, ohne dass hierfür irgendwelche Vergütungen zu leisten sind. Dies gilt auch für Verwendung in der Werbung, symbolische Zusammenhänge und dergleichen.

Der Fotograf ist insoweit verpflichtet, für überlassenes Bildmaterial – soweit vorhanden – Model-Release-Vereinbarungen vorzulegen und bei zukünftigen Aufträgen/Produktionen nach Möglichkeit auf der Abgabe von Model-Release-Erklärungen zu bestehen.

Teilt der Verwender mit, dass er die Absicht habe, wörtliche Äußerungen im Zusammenhang mit abgebildeten Personen zu veröffentlichen, so wird die Agentur beim Bildautor nachfragen. Fotos, bei denen die Agentur erkennen kann, dass auf ihnen Personen der Zeitgeschichte (Politiker, Spitzensportler, Stars) abgebildet sind, wird sie nur unter der Bedingung anbieten, dass die nicht redaktionelle Verwendung von der Zustimmung der abgebildeten Person abhängig ist. Gleiches gilt für typisch bildjournalistisches Material (z. B. Reportagen) und die Tendenz verändernde Verwendung von Einzelbildern aus Serien.

Grundsätzlich ist das Recht am eigenen Bild nach § 22 und §23 des Kunsturhebergesetzes (KUG) zu beachten.

Abbildungen, bei denen zweifelhaft ist, ob die abgebildeten Personen einer werblichen Verwendung zustimmen, sind vom Bildautor zu kennzeichnen (z. B. „nicht für Werbung“). Gleiches gilt für alle Aufnahmen, die für irgendeinen Bereich gesperrt sind. Der Bildautor stellt die Agentur von Forderungen Dritter frei, die gegen sie erhoben werden, obwohl sie sich an die Bestimmungen dieses Vertrages gehalten hat.

Er garantiert für die Richtigkeit der Bildtexte in Basisdaten und Technischen Daten.

§ 9 Bildveränderungen

Wenn der Bildautor im Einzelfall nichts anderes bestimmt, dann ist er damit einverstanden, dass seine Bilder auch anders als in der Originalfassung verwendet werden, also z. B. in Ausschnitten, Montagen, f

fortechnisch verfremdet, coloriert oder schwarzweiß von Farbe gedruckt sowie für elektronische Bildverarbeitung (Composing).

Verletzungen des Rechts am eigenen Bild (im Sinne der §§ 22, 23 KUG) müssen dabei vermieden werden. Die Bildagentur wird möglichst darauf achten, dass Motive besonderer Gestaltungshöhe (Lichtbildwerke) keine Verschlechterung erfahren.

§ 10 Bildbeschädigungen

Die Agentur behandelt das zum Vertrieb übernommene Material mit der größtmöglichen Sorgfalt, haftet jedoch nicht für den Verlust oder die Beschädigung, solange der Autor der Agentur insoweit grobe Fahrlässigkeit oder gar Vorsatz nicht nachweisen kann.

Lässt sich Fremdverschulden nachweisen, so wird die Agentur eine Verlustgebühr berechnen und (ggf. auch gerichtlich) durchsetzen; auch insoweit ist hier ausdrücklich eine Prozessstandschaft zugunsten der Agentur vereinbart; daraus erzielte Erlöse wird die Bildagentur ebenfalls gegenüber dem Bildautoren entsprechend § 4 dieses Vertrages abrechnen. Gleiches gilt für den Erlös aus Versicherungsleistungen.

Sollte die Agentur, etwa aus geschäftspolitischen Gründen, davon absehen wollen, derartige Schadensersatzansprüche gegenüber einem Kunden geltend zu machen, so verpflichtet sich die Agentur bereits jetzt, die entsprechenden Schadensersatzansprüche an den Fotografen/Autoren zur eigenen Geltendmachung abzutreten bzw. rückabzutreten.

Die Agentur hat das Recht, motivlich veraltetes und /oder technisch unbrauchbar gewordenes Bildmaterial vernichten zu dürfen; eine solche Vernichtung darf allerdings nur, soweit dies zumutbar ist, nach vorheriger Unterrichtung des Autoren erfolgen und auch dies nur, sofern und soweit die Agentur dem Autor im Rahmen dieser Unterrichtung die Rückgabe/Rücknahme des Bildmaterials angeboten hat. Dias werden an den Autoren zurückgegeben, sofern dieser in § 16 nichts anderes bestimmt.

§ 11 Bildsperrungen

Der Bildautor verpflichtet sich, gleiche oder ähnliche Motive nicht an andere Agenturen weiterzugeben. Teilt die Agentur einen Exklusivverkauf (z. B. Kalender oder Werbung) mit, so ist der Bildurheber verpflichtet, alle ähnlichen Motive (Zweitbelichtungen, Varianten etc.) für den entsprechenden Zeitraum bzw. für den jeweiligen Medienbereich zu sperren.

§ 12 Persönliche Daten

Die Agentur darf alle für eine rationelle Abrechnung notwendigen Daten des Bildautors (Urhebernummer, Anschrift, Kontonummer und dergleichen) bei der VG Bild-Kunst erfragen und sich auch der administrativen Hilfe dieser Gesellschaft bedienen, falls dies zweckmäßig sein sollte.

Im Hinblick auf das der Agentur zum Vertrieb überlassene Material überträgt der Bildautor auch die Wahr

nehmungsrechte, die sich eventuell aus § 27 Urhebergesetz ergeben sollten, an die Agentur.

Der Urheber ist damit einverstanden, dass die Ausschüttungen aus diesen Nebenrechten nach Regeln vorgenommen werden, die vom BVPA und der VG Bild-Kunst gemeinsam gebilligt werden. Sollten die Erträge hieraus so gering sein, dass sie individuell nicht mehr verteilbar sind, so dürfen sie auch für Strukturmaßnahmen verwendet werden, die im Interesse aller Bildurheber liegen. Darüber ist die Agentur auskunftspflichtig.

§ 13 Vertragsende

Dieser Vertrag läuft auf unbestimmte Zeit, mindestens jedoch 3 Jahre – bei der Übernahme von Bildern in Agentur-Kataloge, auf der Website oder CD-ROM's mindestens 7 Jahre – und kann dann mit einer Frist von sechs Monaten zum Jahresende gekündigt werden. Die Agentur wird von diesem Zeitpunkt an keine Fotos des Bildautors neu in Umlauf bringen. Sämtliche Fotos, die Eigentum des Urhebers sind, werden nach Ablauf des Vertrages im Rahmen der laufenden Sortierarbeit ausgesondert und zurückgegeben. Insoweit wird der Bildagentur ein Zeitraum von mindestens 3 Monaten vom Fotografen eingeräumt.

Die Rückgabe des Bildmaterials gilt trotz eines etwaigen Fehlbestandes von 1 % als vollständig; die Fehlmenge darf jedoch maximal 100 Dias/Bildvorlagen nicht übersteigen. Ausgenommen sind Verluste, die auf dem Transportweg durch Dritte eintreten. Digitales Bildmaterial in einer Datenbank wird gelöscht.

Zwischen den Parteien besteht Einigkeit, dass die Agentur in den Fällen, in denen der Fotograf im Rahmen einer regelrechten Auftragsarbeit für die Agentur Bildmaterial (Negative, Diapositive) angefertigt und für diese Auftragsarbeiten gesondert honoriert worden ist, selbst Eigentum erwirbt und dieses Bildmaterial mithin an den Bildautor nach Beendigung der Geschäftsbeziehungen nicht herauszugeben ist.

Die Regelung über die erzielten Nutzungsentgelte bei späterer Veröffentlichung des so hergestellten Bildmaterials bleibt davon unberührt, es gilt also auch in diesem Falle die Zahlung eines Nutzungsentgeltes bei Veröffentlichungen entsprechend § 4.

Duplikatdias, die Eigentum der Agentur sind, werden dem Urheber zum Selbstkostenpreis angeboten oder von der Agentur bei Vertragsende vernichtet. Erwirbt er sie nicht, dürfen sie von der Agentur bei Abrechnungspflicht gemäß § 4 für einen Zeitraum von 5 Jahren weitervertrieben werden. Arbeitet im letzteren Fall die Agentur jedoch mit Partneragenturen im Ausland zusammen, so dürfen diese etwaiges dort vorhandenes Duplikat-Bildmaterial mindestens noch für einen Zeitraum von 3 Monaten weiterbenutzen, die Agentur ist jedoch verpflichtet, ihre Partneragentur vom Ablauf der Nutzungsrechte zu informieren.

Werden Bilder des Bildautors in Werbemitteln, Katalogen, Microfiches, CD-ROM oder anderen Präsentationsmedien übernommen, so darf die Agentur diese Dias wegen des erbrachten hohen Aufwandes auch nach Beendigung des Vertrages weiter vertreiben, doch ist der Bildautor berechtigt, hiervon Duplikate anfertigen zu lassen.

Sämtliche Erlöse aus Nebenrechten, die nach Vertragsende noch erzielt werden, sind von der Agentur gemäß § 4 mit dem Bildautoren abzurechnen. Dies gilt auch für Erlöse gemäß § 10.

§ 14 Erben-Regelung

Verstirbt der Bildautor, so läuft der Vertrag – sofern keine anderslautende Erben- oder Vermächtniserklärung besteht – bis zum Ende der gesetzlichen Schutzfrist weiter, falls die Agentur nicht gemäß §13 kündigt. Die Abrechnungspflicht besteht dann gegenüber den Erben oder gegenüber einer Person, die der Bildautor im Anhang zu diesem Vertrag bestimmen kann.

§ 15 Vertragsänderungen

Sollten einzelne Bestimmungen dieses Vertrages rechtsunwirksam sein oder werden, so berührt dies nicht die Wirksamkeit des gesamten Vertrages. Sie sind dann nach Treu und Glauben auszulegen oder durch etwa neue gesetzliche Bestimmungen zu ergänzen oder zu ersetzen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist für beide Vertragspartner – soweit gesetzlich zulässig – der Sitz der Agentur bzw. ihrer Zweigniederlassung, soweit es sich bei dieser Zweigniederlassung um eine solche mit Sitz in Deutschland handelt; handelt es sich demgegenüber um eine im Ausland befindliche Zweigniederlassung der Agentur, so verbleibt es bei dem Gerichtsstand am Sitz der Hauptniederlassung der Agentur in Deutschland. Die Anwendung deutschen Rechts gilt auch bei Verträgen mit ausländischen Bildautoren oder, sofern ein Vertragspartner seinen Sitz im Ausland hat, als vereinbart.

Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Das Schriftformerfordernis kann seinerseits nur durch schriftliche Vereinbarung abbedungen werden.

§ 16 Zusatzvereinbarung

Der Bildautor ist berechtigt, die der Bildagentur überlassen Bilder selbst zu vermarkten, auch exklusiv. Jede eigene Bildvermarktung wird er innerhalb von 24 Stunden an die Bildagentur melden.

delosfoto GmbH,
Geschäftsführer Sigfried Thomas

Groß-Umstadt, den

Bildautor