Produktekatalog im Internet

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Fotointern : digital imaging**

Band (Jahr): **3 (1996)**

Heft 15

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-979995

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Produktekatalog im Internet

Die Fotolieferanten suchen seit Jahren nach einer Lösung, um die dicken Produktekataloge einzusparen. Wer kennt die verstaubten Ordner nicht, die seit Jahren unverändert das Bücherregal im Chefbüro

zieren, und welcher Stift leidet nicht unter dem Alptraum, bald wieder die neuen Blätter einreihen zu müssen.
Die Zeit dieser Ordner wird hoffentlich bald vorbei sein, denn sie sind nicht nur mit beträchtlichen Kosten verbunden, sondern sie sind unpraktisch, weil sie nur in wenigen Fällen regelmässig nachgeführt werden.
Eine sinnvolle Anwendung für Internet, denn nichts ist leichter, als sich die wichtigsten Seiten aus dem Netz herunterzuladen und als Textfile im Computer jederzeit zugänglich zu speichern.
Pionierarbeit hat Minolta geleistet. Die Homepage «http://www.minolta.ch» zeigt unter dem entsprechenden Menüpunkt das Gesamtproduktеverzeichnis mit der aktuellen Preisliste. Eine vorbildliche Leistung, die sich hoffentlich bald im Fotohandel durchsetzt. Sie zeigt einmal mehr, dass Internet keine Spielwiese mehr ist, sondern ein immer wichtigeres Informationsmedium.

Neue Fotoadressen im Internet

Als Ergänzung zu unserer Internet-Adressliste in FOTOintern 12/96 listen wir nachfolgend neue Adressen auf, die in ihren Domains Informationen über Fotografie anbieten. Sollten Ihnen weitere Foto-Homepages bekannt sein, so wäre die Redaktion für eine kurze Mitteilung sehr dankbar, damit wir die Liste weiterführen können.

Carl Zeiss (deutsch)	http://www.zeiss.de
Du Pont de Nemours	http://www.dupont.ch
Fuji Film, Europa (deutsch)	http://www.fujifilm-europe.com/
Fuji Film, Japan (englisch)	http://www.fujifilm.co.jp/index.html
Foto Brell GmbH	http://www.brell.com
Ilford (d, e, f)	http://www.ilford.com
Imation GmbH	http://www.imation.com
Kodak USA (englisch)	http://www.kodak.com/
Konica Europe GmbH	http://www.konicaonline.com
Linhof GmbH	http://www.ambiente.com.br/linhof
Ed. Liesegang	http://www.liesegang.de
Minolta (Schweiz) AG	http://www.minolta.ch
Minox GmbH	http://www.minox.com
Olympus Europa GmbH	http://www.olympus-europa.com/
Osram GmbH	http://www.osram.de
Samsung Aerospace (engl.)	http://www.ssa.samsung.co.kr
Samsung allgem. (engl.)	http://www.samsung.com
Weinberger	http://www.ilk.de/weinberger/

Neues Internet-Verzeichnis erschienen

Die Ausgabe 3/96 des viertejährlichen Internet-Verzeichnisses ist erschienen. «Internet Direct» bietet neben aktuellen Internetadressen aus allen Bereichen viel Information über das weltweite Netz und ist besonders für den Internet-Einsteiger mit den vielen Tips ein wertvolles Hilfsmittel.
Die Einzelnummer von «Internet Direct» ist am Kiosk zu Fr. 7.80 erhältlich. «Internet Direct» kann auch direkt beim Verlag Fischer-Druck AG, 3110 Münsingen, Tel. 031 720 53 53, Fax 031 720 53 12 bestellt oder abonniert werden. Die vier jährlichen Ausgaben kosten nur Fr. 28.–.

RECHTSECKE

Kein Anspruch auf Negative

Im K-Tip Nr. 13 stand zu lesen, dem Kunden, der von sich beim Fotografen ein Passbild anfertigen lässt, stünden die Rechte am Negativ zu. Hält diese Auffassung einer kritischen Überprüfung stand? Ein autoritativer Entscheid des schweizerischen Bundesgerichts zu dieser Frage liegt nicht vor. Wir vertreten eine gegenteilige Ansicht und zwar aus den folgenden kurz darzulegenden Gründen: Zum einen muss man die Frage beantworten, ob ein Passfoto überhaupt ein Werk im urheberrechtlichen Sinn darstellt und zum andern, wie das vertragliche Verhältnis zwischen Fotograf und Kunde zu beurteilen ist.
Gemäss Art. 2 des Urhebergesetzes (URG) geniesst urheberrechtlichen Schutz, was als geistige Schöpfung der Literatur oder Kunst individuellen Charakter aufweist und daher als Werk im Sinne des URG bezeichnet werden kann. Das Bundesgericht stellt dabei keine hohen Anforderungen an den künstlerischen Gehalt des Werkes. Auf das Sujet kommt es nicht an, auch die Qualität ist nicht entscheidend. Das Werk muss indessen ein persönliches Gepräge des Urhebers aufweisen. Im Falle eines Porträts bzw. Passfotos kommen zur Individualisierung Elemente wie Beleuchtung, Hintergrundgestaltung und Positionierung/Instruktion des Abzubildenden in Frage. Dem Porträt bzw. Passbild können daher die Eigenschaften eines urheberrechtlich geschützten Werkes zukommen, wenn es minimale gestalterische Elemente aufweist und nicht bloss ein beliebiges Knipsbild ist, was beim Fotografen in der Regel auszuschliessen ist. Und nebenbei: Der Kunde, der das Negativ haben will, bestätigt damit ja gerade dessen Wert und damit indirekt auch dessen Werkcharakter...
Was geschieht nun vertraglich zwischen Fotograf und Kunde? Der meist mündlich abgeschlossene Vertrag zur Erstellung von Passfotos ist als Werkvertrag im Sinne von Art. 363 f. OR zu qualifizieren. Typische Hauptelemente des Vertrages sind die Anfertigung und Übergabe einer bestimmten Anzahl von Passbildern gegen entsprechendes Entgelt. Bei Fehlen einer ausdrücklichen vertraglichen Vereinbarung bestimmt sich der Umfang des Nutzungsrechts des Kunden nach dem mit seiner Einräumung verfolgten Zweck (sog. Zweckübertragungstheorie). Art. 16 Abs. 2 URG bestimmt, dass die Übertragung eines im Urheberrecht enthaltenen Nutzungsrechts (hier die Papierbilder) die Übertragung anderer Teilrechte nicht miteinschliesst, sofern nichts Gegenteiliges zwischen den Parteien vereinbart worden ist. Es besteht somit eine gesetzliche Vermutung, dass die im Negativ enthaltenen zusätzlichen Nutzungsrechte nicht mitübertragen werden. Die Fotos gehen ins Eigentum des Bestellers über. Darin erschöpft sich aber der implizit vereinbarte Leistungsumfang. Die Übertragung weiterer urheberrechtlicher Befugnisse, z.B. das Recht auf Reproduktion der Bilder, ist normalerweise nicht Inhalt und auch nicht Wesensmerkmal des Werkvertrages (im Gegensatz z.B. zum Verlagsvertrag). Der Fotograf behält daher die im Negativ verkörperten weiteren Nutzungsrechte.
In den seltensten Fällen wird der Kunde die Negative verlangen. Will der Kunde auch die Negative und damit indirekt sämtliche Nutzungsrechte an dem fotografischen Werk haben, dann muss er es ausdrücklich erklären und der Fotograf darf dafür ein zusätzliches Entgelt verlangen. Der Fotograf ist aber nur berechtigt, nicht aber verpflichtet, die Negative an den Kunden zu verkaufen.
Dies bedeutet allerdings nicht, dass der Fotograf seinerseits in der Nutzung der Bilder frei ist und ohne weiteres von den Negativen weitere Abzüge herstellen kann. Denn das Recht am eigenen Bild ist Teil des Persönlichkeitsrechts des Kunden, dessen Verletzung zivilrechtliche Ansprüche auf Unterlassung, Einziehung, Genugtuung und evtl. Schadenersatz auslösen kann. *Rechtsanwalt Ernst A. Widmer/Dr. Claudia Camastral*

ISFL-Geschäftsstelle, 8023 Zürich T. 01 224 66 77, F. 01 224 66 24