

Vorwort

Dieses Buch vermittelt Lösungen zur rechtskonformen Verwendung von Fotos, Videos und Grafiken in Marketing und PR.

Bildrecht ist eine sogenannte Querschnittsmaterie des Rechts. Eine Vielzahl von Normen aus unterschiedlichen Rechtsgebieten wird bei der täglichen Arbeit mit Bildern berührt. In der redaktionellen Praxis geht es meist um die möglichst sofort zu beantwortende Frage zu einer konkreten Handlungsweise: „Darf ich oder darf ich nicht?“

Ich möchte mit diesem Quick Guide dem Bedürfnis entsprechen, die Fragen der täglichen Praxis zu beantworten. Daher liegt diesem Buch eine Gliederung entsprechend unserer Handlungen und Arbeitsweisen mit Bildern in der Unternehmenskommunikation zugrunde.

Die Aufgaben des Marketings sind von denen der Öffentlichkeitsarbeit zu unterscheiden. In den beiden Arbeitsfeldern ergeben sich bei der Publikation von Fotos unterschiedliche rechtliche Fragestellungen und Lösungen.

Häufig bewegen sich Foto-Veröffentlichungen der Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen in einem Graubereich zwischen Privilegien, die sich aus dem Recht zur Berichterstattung ergeben und einer werblichen Aktivität,

die grundsätzlich „strengeren“ Regeln unterworfen ist. Als ein Beispiel dieses „grauen Bereichs“ sei hier das sogenannte Content Marketing genannt.

Für die Pressearbeit öffentlicher Einrichtungen besteht ein Spagat zwischen dem politischen Auftrag, sich auch wettbewerbsorientiert zu betätigen, und den ursprünglichen durch das öffentliche Recht zugewiesenen Aufgaben hoheitlichen Handelns, welche der Öffentlichkeitsarbeit Grenzen zuweisen.

Sowohl für das Marketing wie auch für die Öffentlichkeitsarbeit sind die Möglichkeiten des „Media Sharings“ gleichermaßen von Bedeutung. Einen Schwerpunkt dieses Leitfadens bilden daher die besonderen Fallkonstellationen der interaktiven Publikation von Fotos, Videos und Grafiken in der Unternehmenskommunikation.

Kaum eine Rechtsmaterie berührt so viele unterschiedliche Rechtsgebiete wie das Bildrecht. Ohne die zahlreichen Fragestellungen und Schilderungen der Teilnehmenden meiner Workshops aus den unterschiedlichsten „Branchen“ wäre es mir nicht möglich gewesen, die rechtlichen Stolpersteine und praktischen Vorgehensweisen aus der Perspektive der Bildnutzer zu veranschaulichen.

Mein Dank gilt daher den Teilnehmerinnen und Teilnehmern meiner Workshops.

Kiel
Juli 2017

Christian W. Eggers

<http://www.springer.com/978-3-658-18069-0>

Quick Guide Bildrechte

Was Sie zur Bildnutzung in Marketing & PR wissen
müssen

Eggers, C.W.

2018, XIV, 150 S. 21 Abb., 5 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-18069-0