



Sag mir Deine Herkunft

Bild- und Zitatkultur im Wandel

Liebe Leserinnen und Leser,
liebe Autorinnen und Autoren,
das waren noch Zeiten, damals, als die Bildunterlagen für Publikationen als Dias im Verlag eingereicht wurden.

Engagierte Autoren hatten zu dieser Zeit immer zwei bis drei Originale, die sorgfältig gehegt und gepflegt wurden. In großen Diatheken oder Kunststoffmappen wurden diese zu Hunderten aufbewahrt, verwaltet und im Ernstfall für einen Vortrag oder eine Publikation ausgewählt. Bei diesem Vorgehen war es wichtig, Originale möglichst doppelt zu erstellen, da beim Einreichen eines Dias im Verlag dieses dann – z. B. für einen Vortrag – nicht zur Verfügung stand. Auch konnte schon mal ein Dia verloren oder kaputtgehen. Mit diesen Originalen ging man sehr sorgfältig um und der Autor (Urheber) wusste immer genau, wo sich diese Dias befanden, bzw. wer berechtigt war, diese weiterzuverarbeiten.

Dies hat sich in den vergangenen Jahren deutlich geändert. Mit Einzug der digitalen Fotografie sind plötzlich unendlich viele Originale (Kopien) in gleich bleibender Qualität möglich. Derjenige, der im Besitz einer digitalen Bildvorlage ist, kann diese per Mausclick weitervervielfältigen, weitergeben und veröffentlichen.

Dies ist aber nur der Besitz einer solchen Abbildung. Ein entscheidender Unterschied besteht aber zwischen dem Besitz und dem Eigentum bzw. den Bildrechten. Derjenige, der ein Bild besitzt, hat nicht automatisch die Bildrechte an einer Aufnahme. Mit dem Einzug der digitalen Fotografie und den dadurch bedingten Änderungen der Übermittlung scheint dieser juristische Unterschied hierüber zunehmend bei Autoren (Urhebern) und Verlagen zu verwischen.

Der schnelle und gedankenlose Umgang mit digitalem Bildmaterial, zu dem auch Grafiken und Tabellen gehören, wird durch unsere schnelllebige und in den vergangenen Jahren quantitativ stark gewachsene Anzahl von Publikationen (Zeitschriften, Journale, Bücher) angeheizt. Stellen Sie sich einen Bahnhofskiosk hierzu vor. In der Zahntechnik und Zahnmedizin ist es ähnlich geworden. Hinzu kommt, dass die Industrie auch sehr an einer publizistischen Verbreitung ihrer Produkte interessiert ist und dies z. B. mittels Pressemitteilungen forcieren möchte. Diese Pressemitteilungen werden größtenteils von der Industrie oder auch von Interessengemeinschaften erstellt und herausgegeben. Hierzu gehören häufig auch Produkt- und Fallbeschreibungen mit Bildmaterial. Es liegt in der Natur einer Pressemitteilung, dass diese eine möglichst weite Verbreitung erreicht. Natürlich ist es für den Verlag nicht von Interesse, dass die Leser mit den immer gleichen Darstellungen gelangweilt werden und es stellt sich eine natürliche Auslese ein. Sie sehen an diesem Beispiel, wie zwischen einem einmalig im Original veröffentlichten Bild und einer Massenverbreitung unterschieden werden muss. Juristisch gesehen, ist diese Trennlinie eindeutig. Für alle Beteiligten in dieser Publikationskette ergibt sich folgende Faustregel: Bei Abbildungen muss eindeutig erkennbar sein, wer der Urheber dieser Abbildung ist. Wir alle kennen dies aus unserer Tageszeitung, wo dies bei jedem Bild peinlich genau vermerkt wird. Entstehen Publikationen aus einem Gemenge, bei dem der Autor des Textes



und die Urheber der Abbildungen nicht identisch sind, muss dieses für jeden Teil gesondert aufgeführt werden. Interessant wird es bei einer gewünschten Zweitveröffentlichung einer Abbildung. Hierbei muss genau vermerkt werden, wo diese betreffende Abbildung ihren Ursprung hatte und bereits veröffentlicht wurde. Es ist erforderlich, dass der Verlag, der dieses Bild ein weiteres Mal publizieren möchte, die Einverständniserklärung des ursprünglichen Verlages einholt. Im Regelfall sind die Bildrechte bei einer Abbildung, die bereits veröffentlicht wurde, nicht mehr bei dem Autor, sondern beim Verlag der Erstveröffentlichung.

Neben diesen rechtlichen Aspekten gibt es natürlich noch die des Anstandes, einen Urheber korrekt nach den Richtlinien zu nennen und ihm auch damit Anerkennung zu zollen. Alle in der Publikationskette beteiligten Personen kennen diese Richtlinien oder können sich leicht darüber informieren und dieses einwandfrei durchführen. Das korrekte und faire Vorgehen macht die Qualität einer Publikation bzw. eines Journals aus.

Auch eine engagierte Redaktion wie die der QZ kann in der Regel über diese Dinge wachen und im hektischen Verlagsleben für Ruhe und Besonnenheit (Qualität) sorgen.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'S. Witkowski'.

Siegbert Witkowski
stellv. Chefredakteur

