

Handreichung zu den AGB von RTL News für die Magazine Die Magazine Stern, Stern Crime, Capital, Geo und Geo Epoche

(Stand: 07.07.2025, Dirk Feldmann, Heike Ollertz und Marco Urban)

Die Magazine Stern, Stern Crime, Capital, Geo und Geo Epoche werden seit 2024 von RTL NEWS verlegt und nicht mehr von Gruner & Jahr. In der Folge werden Fotoaufträge für diese Magazine jetzt nach den bei RTL üblichen Verträgen und AGB vereinbart. Diese Verträge und AGB bezogen sich in der Vergangenheit i.d.R. auf Bewegtbildproduktionen. Dort herrschen andere Gepflogenheiten, so ist eine Zweitvermarktung zum Beispiel unüblich. In Folge dessen ergaben sich einige Probleme für die Fotograf*innen.

Wir waren mit den Verantwortlichen bei RTL NEWS im Gespräch und konnten einige wichtige Anpassungen erreichen. Es gibt aber immer noch einige Punkte zu beachten, wenn Ihr für die oben genannten Magazine arbeitet. Wichtig ist, diese Punkte im Rahmen der konkreten Beauftragung zu regeln. Wie ihr das macht, beschreiben wir euch hier.

§ 3 Ziffer 1 — Rechteeinräumung, Rechtegarantie

1. Vertragspartner:in überträgt der Auftraggeberin, sofern im Rahmen des jeweiligen Auftrages nicht abweichend geregelt, zur ausschließlichen beliebig häufigen Nutzung sämtliche bei ihm bereits entstandenen und noch entstehenden bzw. von ihm erworbenen und noch zu erwerbenden urheberrechtlichen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte an dem Werk und an der unter Verwendung des Werks, seiner Leistungen oder sonstigen Mitwirkungshandlungen herzustellenden oder bereits hergestellten Produktion inhaltlich, zeitlich und örtlich uneingeschränkt gemäß Anlage „Rechteübertragung“, und zwar im Zeitpunkt der Entstehung der Rechte und auch zur Weiterübertragung bzw. Einräumung auf/ an Dritte.

Die Rechteübertragung gilt auch für von dem Vertragspartner:in eingebrachte (vorbestehende) Werke, insbesondere Bild-/Tonaufnahmen.

Problem: Ihr übertragt hier im Regelfall sehr umfangreiche Rechte. Eventuell sind die Bilder mit Rechten Dritter belegt, also z.B. Persönlichkeitsrechten fotografiierter Personen, gewerblichen Schutzrechten an fotografierten Dingen (z.B. Mies van der Rohe Sessel »Barcelona« der Firma Knoll oder Liegenschaften der Deutschen Bahn) die auf euren Fotos zu sehen sind.

Lösung: Mit dem Auftragsformular der Fotoredaktion sollte das abweichend geregelt und der Rechteumfang hier möglichst exakt eingegrenzt werden. Idealerweise räumt ihr Rechte nur

für die Nutzung im beauftragenden Magazin, Print und Online ein, wenn möglich sogar nur im Rahmen einer bestimmten Geschichte. Üblich sind Nutzungsrechte für Stern, Stern Crime, Capital, Geo, Geo Epoche — was akzeptabel erscheint.

Soll der Rechteumfang auf weitere Medien ausgedehnt werden, muss das Honorar entsprechend angepasst werden.

Nach einer aktuell verwendeten Ergänzung des Stern-Vertrages für Fotograf*innen wird das wie folgt vereinbart:

»Für zusätzliche Nutzungen durch Unternehmen von RTL Deutschland außerhalb von Stern+ erfolgt eine Zusatzvergütung von 40 Prozent dessen, was üblicherweise für die jeweilige Nutzung von diesem Nutzer gezahlt werden würde.«

Achtet darauf, dass das auch mit euch vereinbart wird!

§ 3 Ziffer 3 — Zweitverwertung

3. Beabsichtigt Vertragspartner:in die Weitergabe und/oder Zweitverwertung der für die Auftraggeberin hergestellten Werke (z.B. über Agenturen), so bedarf dies der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Auftraggeberin. Die Zustimmung darf nicht unbillig verweigert werden.

Problem: Ihr könnt die für das Magazin produzierten Fotos nicht einfach woanders verwenden, z.B. auf eurer Website oder euren Social Media-Profilen, und ihr könnt sie auch nicht einfach an eure Agenturen weiter- oder anderweitig in die Zweitverwertung geben.

Lösung: Ihr benötigt dafür die Zustimmung der Fotoredaktion. Nach dem neuen Vertragstext darf diese nicht unbillig, also grundlos, verweigert werden. Ihr solltet diese Genehmigung grundsätzlich und umfassend einholen. Wird das konsequent umgesetzt, ist es nur noch eine Formsache.

Nach einer aktuell verwendeten Ergänzung des Stern-Einzelvertrags/Werkvertrags für Fotograf*innen wird das wie folgt vereinbart:

»Die Nutzungsrechte stehen RTL NEWS für einen Exklusivitätszeitraum von 12 Monaten ausschließlich, danach nicht ausschließlich zu.«

Achtet darauf, dass das auch mit euch vereinbart wird! Denn diese Formulierung bedeutet dann, dass ihr nach 12 Monaten wieder die Verwertungsrechte erhaltet.

§ 3 Ziffer 4 und 5 — Rechte Dritter

4. Vertragspartner:in garantiert, dass er ausschließlich berechtigt ist, über die vertragsgegenständlichen Rechte zu verfügen und dass er/ sie diese Rechte nicht Dritten eingeräumt hat.

Im Hinblick auf die Verletzung von Rechten Dritter (insbesondere Persönlichkeitsrechte, Urheberrechte, gewerbliche Schutzrechte) gewährleistet Vertragspartner:in im Rahmen seines/ ihres gestalterischen Einflussbereiches, dass diese Rechte sowohl bei der Herstellung als auch bei der Verwertung des Werkes durch die Auftraggeberin oder ihre verbundenen Unternehmen nicht verletzt werden und/oder verletzt werden können. Insbesondere hat Vertragspartner:in bei bildlichen und textlichen Darstellungen von Personen die erforderliche Einwilligung zur Veröffentlichung in dem vorstehend unter § 3 Ziffer 1 und 2 genannten Umfang für die Auftraggeberin einzuholen; bekommt er die Einwilligung nicht oder nicht vollen Umfangs, wird er dies der Auftraggeber:in bei Ablieferung der Werke in Textform mitteilen.

5. Vertragspartner:in stellt die Auftraggeberin im Umfang der in Ziffer 4 genannten Garantie und im Falle eines Verstoßes des/ der Vertragspartner:in gegen Ziffer 3 von Ansprüchen Dritter frei und haftet für alle Schäden in diesem Zusammenhang, einschließlich angemessener Rechtskosten.

Sollte die Auftraggeberin das Werk in sinnentstellendem oder verfälschendem Kontext verwenden, hat Auftraggeberin den/ die Vertragspartner:in insoweit von etwaigen Ansprüchen Dritter einschließlich angemessener Rechtskosten freizustellen.

Problem: Eventuell haftet ihr, wenn euch Rechte Dritter nicht eingeräumt wurden und der Verlag nach der Veröffentlichung der Bilder verklagt wird (siehe oben).

Lösung: Ihr solltet bei der Ablieferung der Werke unbedingt darauf hinweisen, wenn ihr keine Rechte Dritter eingeholt habt, oder das nur in einem ganz bestimmten Rahmen erfolgt ist. Das sollte schriftlich erfolgen, idealerweise auch in den IPTC-Daten. In aller Regel solltet ihr darauf bestehen, dass die Redaktion das Einverständnis Dritter einholt. Das sollte möglichst schon in der Beauftragung festgehalten werden:

»Die/der Fotograf*in ist nicht verantwortlich für die eventuelle Verletzung von Rechten Dritter (insbesondere Persönlichkeitsrechte, Urheberrechte, gewerbliche Schutzrechte) durch die Verwendung der im Rahmen des Auftrags erstellten Bilder. Sind der/dem Fotograf*in die Umstände bekannt, die zu einer Verletzung dieser Rechte führen könnten, wird sie/er die Auftraggeberin darauf hinweisen.«

§ 7 Ziffer 1 — Vertraulichkeit

1: Vertragspartner:in ist verpflichtet, für die Dauer von 5 Jahren ab der Abnahme (...)

Problem: Ihr müsst über die Produktion und ihre Hintergründe, Konzept usw. Stillschweigen bewahren. Das betrifft natürlich nur die Fakten, die nicht öffentlich bekannt sind, kann aber doch zu Konflikten führen.

Lösung: Es gilt abzuwägen, was ihr unbedingt z.B. über Social Media selbst veröffentlichen oder anderen Kund*innen oder Personen erzählen wollt. Ist das für euch wichtig, müsst ihr versuchen, Ausnahmen zu verhandeln. Die Frist wurde aber auf jeden Fall, auf unser Drängen hin, auf 5 Jahre verkürzt.

Wenn die Arbeit für z.B. das Konzept oder die Hintergrundrecherche von euch übernommen wurde, oder relevanten Kontakte durch euch zustande gekommen sind, dann ist es nachvollziehbar, dass ihr darüber verhandelt und das entsprechend schriftlich festhältet.

Anlage AGB Rechteübertragung

1.5 Das Bearbeitungsrecht, d. h. das Recht, die Produktion unter Verwendung analoger oder digitaler Methoden zu kürzen, zu teilen, mit anderen Produktionen oder Produktionsteilen oder sonstigen Werken oder Leistungen (nachfolgend „Inhalte“) zu verbinden oder innerhalb anderer Inhalte zu verwenden, zu unterbrechen, die Musiken bzw. Die Tonspur auszutauschen (Umbruch - auch weitere)

bzw. zu ändern, interaktive Elemente oder Funktionalitäten einzuführen (z.B. E-Commerce-Anwendungen, HbbTV, auch Virtual Reality- und Augmented Reality-Formate), Marken, Waren oder Dienstleistungen darin zu platzieren oder die Produktion in sonstiger Weise zu bearbeiten.

Problem: Das Bearbeitungsrecht in 1.5 ist so gestaltet, dass das jeweilige Foto in jeglicher Form bearbeitet werden kann, welche sich die Redaktion oder Werbetreibende auszudenken vermögen und welche technisch möglich ist. Das kann im Widerspruch zu euren Absprachen mit Dritten stehen, siehe Rechte Dritter, oder im Widerspruch zu euren Wünschen als Urheber:in.

Lösung: Achtet darauf, dass das Bearbeitungsrecht schon in der Beauftragung angemessen eingeschränkt ist. Eure Bilder sollten nur in dem Maße bearbeitet werden dürfen, wie es für eine normale, redaktionelle Verwendung (also z.B. Anpassung des Ausschnitts und Korrektur der Belichtung, einmontierter Text, Collagen) oder die Nutzung zu Zwecken der Eigenwerbung (also z.B. einmontiertes Logo) nötig und üblich ist:

»Im Rahmen des Auftrags gelieferte Bilder dürfen nur in dem Maße bearbeitet werden, wie es für die vorgesehene redaktionelle Verwendung sowie die Nutzung zu Zwecken der Eigenwerbung nötig und üblich ist.«

1.9 Das Merchandisingrecht, d. h. das Recht zur kommerziellen Auswertung der Produktion durch die Herstellung und den Vertrieb von bzw. Die Verschaffung des Zugangs zu Waren und Assets aller Art (sog. „klassische Merchandisingprodukte“

wie z. B. Puppen, Spielzeuge, „Food & Beverage“, Printerzeugnisse, Schreibwaren, „Health & Beauty“, Stofftiere, Sportartikel, Haushalts-, Bad- und Küchenwaren, Kleidungsstücke, Accessoires, Kopfbedeckungen, Buttons etc. sowie sog. „digitales Merchandising“ wie z.B. digitale Güter, Assets, Grafiken etc.), analog und/oder digital (einschließlich aller Waren, Produkte oder Gegenstände basierend auf einer Blockchain-Technologie, einer anderen sog. „Distributed Ledger Technologie“ und/oder anderen dezentralen Systemen oder Technologien) oder die Erbringung von Dienstleistungen aller Art (sog. „Dienstleistungsmerchandising“ wie z. B. Theme-Parks, Musik- und/oder Tanzveranstaltungen, Public Viewings, Applikationen, Computerspiele, Online/Mobile Games, Kaufhaus-, Kreuzfahrt- oder sonstige (Live-)Events), sowie jegliche Dienstleistungen basierend auf einer Blockchain-Technologie, einer anderen sog. „Distributed Ledger Technologie“ und/oder anderen dezentralen Systemen oder Technologien, die unter Verwendung von Vorkommnissen, Namen, Titeln, Logos, Figuren, Abbildungen einzelner oder aller Mitwirkender, Musiken oder anderen akustischen Elementen oder sonstigen format-prägenden Elementen der Produktion (nachfolgend „Formatelemente“) hergestellt bzw. Erbracht werden. Eingeschlossen

ist das Recht, Formatelemente zur Vermarktung und Bewerbung von Waren und Dienstleistungen aller Art auf allen Plattformen (On Air, Digital (z.B. Social Media, Virtual Reality, Augmented Reality sowie basierend auf einer Blockchain-Technologie, einer anderen sog. „Distributed Ledger Technologie“ und/oder anderen dezentralen Systemen oder Technologien) und Offline (z.B. Out of Home, Handel)) zu nutzen (sog. „Werbe- und/oder POS-Lizenz“).

Problem: Das Merchandisingrecht in 1.9 der AGB ist ebenfalls maximal definiert. Allerdings steht das Merchandisingrecht gem. 3.2 des Rahmenvertrages unter dem Vorbehalt, dass dafür dann eine angemessene Lizenz gezahlt werden muss. Gleiches gilt für das Festival- und Messerecht in 1.15 der AGB.

Lösung: Die Lizenzgebühr sollte transparent kommuniziert werden. Achtet darauf, den Umfang von Merchandisingrechten an euren Fotografien exakt zu definieren und achtet darauf, dass ihr dafür angemessen honoriert werdet.

Dieser (und der vorhergehende) Punkt wird in aller Regel für klassische RTL fiktionale Bewegtbild-Produktionen von Bedeutung sein. Trotzdem macht es Sinn, sich bei der Beauftragung abzusichern. Die Fotoredaktion wird euch hier in der Regel nicht im Weg sein, sie ist an diesen Fragen kaum interessiert.

Auch hier solltet ihr darauf achten, dass RTL NEWS der jährlichen Auskunftspflichtung nachkommt. Ganz besonders wenn Anlass zu der Vermutung besteht, dass es eine umfangreiche Nutzung gab, die über den ursprünglichen Zweck des Auftrags hinausging.

Punkt 6: Der Auftraggeber ist berechtigt, die vertragsgegenständlichen Rechte ganz oder teilweise Dritten zu übertragen, Dritten ausschließliche oder nicht-ausschließliche Nutzungsrechte einzuräumen und diesen Dritten ihrerseits deren Weiterübertragung bzw. — einräumung zu gestatten (nachfolgend „Sublizenzierung“). Der Auftraggeber haftet im Falle von Rechtsverletzungen durch Sublizenznehmer nur, sofern der Auftraggeber vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt hat.

Problem: Der Auftraggeber haftet nur bei grober Fahrlässigkeit, ihr als Auftragnehmer*innen aber ohne Einschränkungen.

Fazit: Hier ist uns RTL NEWS nicht entgegengekommen. Die — nachvollziehbare — Begründung: Es geht nicht um Rechtsverletzungen durch RTL, sondern eventueller Subunternehmer*innen. **Um so mehr müsst ihr darauf achten, dass es gar nicht erst zu einem Haftungsfall kommt, wie in den vorhergehenden Punkten beschrieben.**

Anlage Ziffer 8

8. Mit Wirkung für alle Rechtsordnungen, die eine Abtretung des Urheberrechts zulassen, tritt der Vertragspartner an den Auftraggeber ein eventuelles Urheberrecht an der Produktion ab (work made for hire bzw. assignment). Der Auftraggeber ist berechtigt, diese Abtretung in den hierfür maßgeblichen Registern (z.B. United

States Copyright Office) eintragen zu lassen. Soweit dies nach den jeweiligen Rechtsordnungen zulässig ist, erklärt der Vertragspartner darüber hinaus einen Verzicht auf die Geltendmachung der Urheberpersönlichkeitsrechte (waiver of moral rights).

Problem: Das ist extrem weitreichend. In den USA wäre nicht einmal mehr die Nennung der Urheber*in erforderlich. Wenn RTL News oder Dritte die Fotos in den USA veröffentlichen, lautet der Copyright-Hinweis möglicherweise nur noch »Copyright: RTL News«.

Lösung: In der Beauftragung solltet ihr den Nutzungsumfang möglichst auf das beauftragende Magazin, Print und Online, beschränken.

Nach einer aktuell verwendeten Ergänzung des Stern-Vertrages für Fotograf*innen wird Folgendes vereinbart:

»Das von Vertragspartner*in erstellte Werk darf entsprechend der sich aus den AGB samt Anlage ergebenden Rechteübertragung ausschließlich im Zusammenhang mit Stern+ genutzt werden. Stern+ umfasst derzeit die folgenden Marken: Stern, Stern Crime, Capital, Geo, Geo Epoche, wobei eine Änderung bzw. Ergänzung durch die Auftraggeberin vorbehalten bleibt.«

Allgemein kann also nach jetzigem Stand davon ausgegangen werden, dass eine Nutzung oder Vermarktung von Fotografien aus Magazinproduktionen nicht angestrebt wird. Das kann sich aber natürlich ändern, wenn es entsprechende Geschäftsmodelle gibt, z.B. eine Kooperation mit einer Fotoagentur.

Sollte eine entsprechende Übertragung der Rechte erfolgen, muss eine angemessene, zusätzliche Vergütung gewährleistet sein.

Grundsätzliches

Die Fotoredaktion hat in der Regel zwar schon bestimmte Vorstellungen zu den Honoraren, sie können bei der Beauftragung aber auch noch frei verhandelt werden. Die Erfahrung zeigt, dass von diesen redaktionellen Honorarrichtlinien auch abgewichen werden kann — sofern ihr das mit nachvollziehbarer Begründung fordert.

Achtet also darauf, dass die Honorare bei einem erweiterten Nutzungsrechteumfang angemessen angepasst werden. Wünscht RTL News ein generelles Buy-Out, dann müssen die Honorare auch entsprechend deutlich höher ausfallen.

Sinnvollerweise sollte RTL News nur Rechte erwerben, die auch genutzt werden sollen. Im Bewegtbild-Geschäft wird das wohl häufig anders gehandhabt.

Wir Fotograf*innen sollten jedoch darauf achten, die Standards und Gepflogenheiten unserer Branche beizubehalten.

Nachvollziehbar ist, dass RTL News viele Kanäle eines einzelnen Magazins, also Print, Online, Social Media usw., bespielen will. Kritisch sehen wir aber, dass hier üblicherweise ein Buy-Out gefordert wird, das weit über die Marke und auch über die Dachmarke RTL News hinausgeht. Jede Verwendung außerhalb z.B. der Marke Stern muss auch angemessen vergütet werden.

Meldet euch gerne in der Geschäftsstelle, falls ihr weitere Fragen habt!