



BILD-KUNST

Merkblatt

Erprobungsvertrag für Nutzungen in Social Media

Parallel zu dem mit dem Deutschen Museumsbund vereinbarten neuen „Museumsvertrag“ bietet die VG Bild-Kunst Museen zusätzlich an, einen zeitlich befristeten, nicht präjudiziellen Vertrag für ausgewählte Online-Angebote abzuschließen.

Vor dem Hintergrund der aktuellen epidemiebedingten Sondersituation fokussieren die folgenden Ausführungen auf Nutzungen in Social Media (für die es bereits bislang schon möglich war, einen hierauf beschränkten Erprobungsvertrag abzuschließen).

Warum ein „Erprobungsvertrag für Nutzungen in Social Media“?

- Gesetzlich ist es zwar zulässig, im zeitlichen Zusammenhang mit einer Ausstellung Abbildungen von ausgestellten Werken der Bildenden Kunst (in neutraler oder aktueller Ausstellungsansicht) auch online vergütungsfrei zu nutzen. Dies gilt aber nur, sofern dies zur Förderung der Ausstellung erforderlich ist.
- Aus diesem Grund ist im „Museumsvertrag“ für Social Media geregelt, dass Ausstellungsplakate, Einladungskarten und Flyer sowie Werbekarten als bereits genehmigte Werbematerialien ohne Genehmigung vergütungsfrei zugänglich gemacht werden. Weitergehende Nutzungen sind vergütungspflichtig.
- Gerade bei Online-Nutzungen, und hier vor allem in den Social Media, kann es darüber hinaus schnell zu Beeinträchtigungen des Persönlichkeitsrechts der Künstler*innen kommen. Eine vorherige Klärung mit der VG Bild-Kunst ist daher immer notwendig.
- In der Praxis führt dies zu einem personal- und zeitintensiven Abstimmungsprozesse sowohl bei der VG Bild-Kunst als auch bei den Museen, insbesondere dann, wenn die Museen neue Online-Angebote bereitstellen wollen.
- Die VG Bild-Kunst will daher gemeinsam mit den Museen zukunftsorientierte, ressourcenschonendere Prozesse entwickeln. Zu diesem Zweck sollen über einen befristeten Zeitraum Erfahrungswerte über den Nutzungsumfang typischer neuer Online-Angebote von Museen gesammelt werden.

Wann ist der Erprobungsvertrag „Social Media“ sinnvoll?

Für Museen, die neben der eigenen Website eigene Accounts bei Social-Media-Kanälen bespielen und hier in größerem Umfang Werke der Bildenden Kunst nutzen, empfiehlt sich der Abschluss eines Erprobungsvertrages.

Kernelemente des Erprobungsvertrages

- Erfasst wird das von der **VG Bild-Kunst vertretene Repertoire bildender Künstler*innen**. Der Erprobungsvertrag geht dem Museumsvertrag vor.
- Erfasst werden nur **Nutzungen unveränderter Werkabbildungen (ohne z.B. Beschnitt, Überdruck, Farbeveränderung)**, es sei denn, die Veränderung wurde vorab mit der VG Bild-Kunst angestimmt.
- **Keine Differenzierung nach dem zeitlichen Zusammenhang der Nutzung** zu einer Ausstellung.
- Es werden **Vergütungspauschalen** festgelegt, deren Höhe sich nach der **prognostizierten Anzahl** der in diesem Zeitraum **genutzten Werke** richtet. Die genaue Anzahl der Abbildungen (auch ein- und desselben Werkes) bleibt hier unberücksichtigt.
- **Vereinfachtes Genehmigungsprozedere:**
 - Vor Nutzung muss grundsätzlich keine Genehmigung eingeholt werden. Dafür muss das Museum sicherstellen, dass es eine genutzte Werkabbildung auf Anforderung der VG Bild-Kunst nachträglich löscht („Opt-out“-Regelung).
 - Das Museum erhält zusätzlich eine Liste mit denjenigen Künstler*innen, deren Werke grundsätzlich nicht genutzt werden können.
 - Veränderte Werknutzungen (s.o.) sind stets vorab zu genehmigen.
- Das Museum übermittelt der VG Bild-Kunst jährlich ein **Reporting der tatsächlich genutzten Werke** (ein Reporting-Formblatt wird bereitgestellt). Hierfür empfiehlt es sich, die Nutzungen unterjährig kontinuierlich zu erfassen.
- Die Verträge sollen **bis zum 31.12.2020 befristet** gelten.

Welche Online-Nutzungen werden erfasst und wie ermittelt sich die Vergütung?

Im Rahmen des Erprobungsvertrages gilt für das „Lizenzpaket Social Media“ folgendes:

- Vom Vertrag erfasst werden nur Social-Media-Nutzungen durch das Museum selbst im Zusammenhang mit konkreten Ausstellungen, d.h. Mitarbeiter*innen des Museums stellen Inhalte mit relevanten Werkabbildungen auf den verschiedenen Social-Media-Kanälen des jeweiligen Museums ein.
- Davon unberührt bleibt eine etwaige Vergütungspflicht Dritter, die von dem Museum gepostete Werkabbildungen reposten o.ä.
- Parameter zur **Ermittlung der Vergütungspauschale:**
 - Relevant ist die erwartete Anzahl der in den jährlichen Posts durch das Museum genutzten Werke und der dabei verwendeten Social-Media-Kanäle.
 - Kalkulatorisch werden dabei dem Grunde nach die folgenden Vergütungsbeträge (EUR/netto) je Werk angesetzt in Abhängigkeit der Anzahl der von dem Museum genutzten Social-Media-Kanäle:

Vergütungsbetrag je Werk und Kalenderjahr	Anzahl Social-Media-Kanäle			
	1	2	3 bis 5	6 bis 10
Mitglieder des Museumsbunds	30,00	50,00	65,00	95,00
Nicht-Mitglieder	37,50	62,50	81,25	118,75

- Bei der Höhe dieser Beträge ist berücksichtigt, dass
 - damit die Nutzung eines Posts für **den gesamten Zeitraum** abgegolten wird, also auch, wenn er in der Timeline über **mehrere Jahre** stehen bleibt;
 - die Anzahl der Abrufe über die Monate und Jahre abnimmt, und **ein- und dasselbe Werk in einem Kalenderjahr auch mehrfach** gepostet werden darf. Wird diese Werk im Folgejahr nochmals neu gepostet, dann wird der Vergütungsbetrag nochmals angesetzt.

Welche Nutzungen werden nicht vom Erprobungsvertrag erfasst?

- Kostenpflichtige Angebote oder sonstige kommerzielle Nutzungen.
- Nicht vorab abgestimmte Werkveränderungen (z.B. Beschnitt, Überdruck, Farbveränderung).