

JAHRESZEITEN VERLAG

JAHRESZEITEN VERLAG GmbH · 22288 Hamburg

JAHRESZEITEN VERLAG GmbH

Poßmoorweg 2 · 22301 Hamburg

Handelsregister Hamburg:

HRB 52756

USt-IdNr. DE 217 246 261

Geschäftsführer:

Thomas Ganske · Joachim Herbst

Dr. Jan Pierre Klage · Peter Rensmann

Hermann Schmidt

Für Sie · Petra · Vital

ZuhauseWohnen · SelberMachen

Der Feinschmecker · Wein Gourmet

A&W Architektur & Wohnen

Country · Merian · Prinz

BMW Magazin · MINI International

Konto:

Postbank Hamburg

Nr. 28571209 (BLZ 200 100 20)

www.jalag.de

E-Mail: Jahreszeitenverlag@jalag.de

Telefon (040) 27 17-0

Telefax (040) 27 17-2056

Durchwahl:

Fax:

E-Mail:

Offener Brief an Lutz Fischmann
Geschäftsführung FREELENS e.V.
Steinhöft 5
20459 Hamburg

Sehr geehrter Herr Fischmann,

irritiert nehmen wir Ihre Presseinformation "Totengräber des Fotojournalismus" vom 14. April 2009 zu Kenntnis, die wir sowohl inhaltlich als auch in der gewählten Form für ungerechtfertigt und unangemessen halten.

Zunächst zu den inhaltlichen Verwürfen:

Der JAHRESZEITEN VERLAG kann, will und wird wie bisher auch weiterhin keinen Zwang auf Fotografen ausüben, bei uns zu publizieren. Wir freuen uns aber über jeden Fotografen, der Spaß daran hat, mit unseren Redaktionen und den Autoren Geschichten und ganze Magazine zu entwickeln und fotografisch umzusetzen.

Der JAHRESZEITEN VERLAG verlangt von seinen Fotografen nichts Unmögliches und nichts Unübliches. Jeder Ihrer pauschalen unzutreffenden und bedauerlicherweise auch polemischen Vorwürfe lässt sich sachlich und in individuellen Gesprächen mit unseren Fotografen aufklären.

Der JAHRESZEITEN VERLAG verlangt keine "Zwangssyndication". Wir verpflichten keinen Fotografen, exklusiv mit der JAHRESZEITEN VERLAG Syndication zusammen zu arbeiten. Dieser Anspruch besteht ausschließlich für Produktionen, die ohne den JAHRESZEITEN VERLAG gar nicht entstehen würden, also da, wo wir neben einem angemessenen Honorar die Reisekosten oder auch sämtliche Spesen übernehmen, abhängig vom spezifischen Auftrag bis hin zum Assistenten, der Verpflegung und Unterbringung, dem Material u.a. Produktionsmitteln usw. Kurz: Ohne unsere Beauftragung gäbe es diese Produktionen gar nicht und nur für diese wollen wir als Vermarkter tätig werden. Das ist legitim und im Übrigen auch nichts Neues. Für viele Fotografen führen wir diese Vermarktung schon seit vielen Jahren erfolgreich durch.

Unsere Syndication macht nichts anderes als andere Fotoagenturen: Sie verkauft weltweit Fotoproduktionen als ganze Geschichte oder in Einzelbildern. Uns ist keine Agentur bekannt, die den Fotografen um Erlaubnis fragt, wenn ein einzelnes Bild weiterverkauft werden soll. Sicherlich kann man in begründeten Fällen einzelne Produktionen für bestimmte Kunden oder Verwendungszwecke sperren, aber das kann die JAHRESZEITEN VERLAG Syndication auch. Der Fotograf erhält 50% des Netto-Vermarktungs-Erlöses – das ist mindestens marktüblich, eher besser.

Die Argumentation, dass der Vertrag nicht unterschrieben werden kann, da viele Fotografen an eine Agentur gebunden sind, verdeutlicht, dass Vorwürfe, mit denen der JAHRESZEITEN VERLAG von Ihnen konfrontiert wird, eigentlich an die Adresse von Agenturen gerichtet werden müssten, die solche restriktiven Bedingungen verlangen.

Denn vertragsbrüchig würden ggf. nur solche agenturgebundenen Fotografen werden, denen ihre Agentur eine "Zwangssyndication" vertraglich abverlangt. Das ist aber nicht bei allen agenturgebundenen Fotografen der Fall. Zwar müssen viele Fotografen alle Produktionen bei ihrer Agentur abliefern. Andere Fotografen haben bei derselben Agentur aber das Recht, nur ausgewählte Produktionen in die Vermarktung zu geben und über andere frei zu verfügen. Das sind meist Fotografen mit älteren Verträgen oder solche mit einem besseren Standing am Markt. Wenn sich aber doch einzelne Fotografen auf solche Knebelverträge mit Agenturen eingelassen haben, ist das sicher ein Problem. Diese Fotografen können aber mit der jeweiligen Agentur eine Änderung ihres Vertrages erwirken. Die Vertragsgestaltung einiger Agenturen darf am Ende aber nicht unser Problem sein, wir haben die wirtschaftliche Verantwortung dafür, dass unsere Magazine auch in Zukunft weiter mit einem substantziellen Eigenproduktionsanteil erscheinen können.

Der Bildmarkt verändert sich und dazu gehört auch, dass man international inzwischen Fotoproduktionen einkaufen kann (auch exklusiv für den deutschen Markt), die dem Qualitätsstandard von hochwertigen Eigenproduktionen entsprechen, jedoch deutlich weniger Investitionsvolumen als Eigenproduktionen binden. Wir wollen (anders als viele international aufgestellte Verlage) weiter hochwertige Magazine mit hohem Eigenproduktionsanteil produzieren, die deutschen Fotografen eine hochwertige Plattform bieten, dies muss aber auf einer wirtschaftlichen Grundlage erfolgen, die der Verlag auch darstellen kann, sonst profitieren weder die Fotografen noch der Verlag.

Dass wir uns die Möglichkeit offen halten wollen, Fotoproduktionen, die von uns in Auftrag gegeben wurden, auch in anderen Objekten unseres Unternehmens ohne Nachhonorar zu veröffentlichen, folgt diesen Gedanken der Wirtschaftlichkeit. Das ist ebenfalls nicht marktunüblich. Wir bitten hier auch zu bedenken, dass die GANSKE VERLAGSGRUPPE ein mittelständisches Unternehmen ist, das nicht zu einem Medienkonzern gehört, also der übertragene Rechteeumfang im Volumen nicht größer ist als bei Medienkonzernen, die eine vergleichbare Rechteeinräumung für einzelne Gesellschaften oder Titelgruppen vornehmen.

In diesem Zusammenhang ist übrigens nicht zu erkennen, wo etablierte Standards des Urheberrechts abgeschafft werden sollen. Das ist nicht in unserem Sinne und wäre auch illegal.

Unsere Vertragsgestaltung ist darüber hinaus auch mit Augenmaß konzipiert: Einerseits leisten die Redaktionen beträchtlichen kreativen, organisatorischen und finanziellen Aufwand für viele Fotoproduktionen, andererseits tragen sie auch das komplette wirtschaftliche Risiko derselben. Wenn es bei einer Produktion vier Tage regnet und deshalb kein brauchbares Bild entsteht, muss die Redaktion trotzdem zahlen. Wenn MERIAN Gloria von Thurn und Taxis zu einem Fototermin überredet, profitiert vom Weiterverkauf der Bilder außer dem Fotografen nur dessen Agentur. Das ist auch so, wenn es beispielsweise MERIAN gelingt, einen Museumsdirektor zu überreden, seine Kellerarchive zu öffnen und am Ende auch noch selbst dort zu posieren oder MERIAN mit Helmut Schmidt einen Interviewtermin vereinbart. Und das ist auch so, wenn MERIAN der Schlösser- und Gärtenverwaltung ein paar Tausend Euro bezahlt, damit ein Fotograf ganz exklusiv Bilder in einem Schloss machen darf. Ist es vor diesem Hintergrund nicht nachvollziehbar, dass wir die Weitervermarktung dieser Bilder nicht unbeteiligten Dritten überlassen wollen, sondern enger mit unseren Fotografen zusammenarbeiten wollen?

Um diese Zusammenarbeit erfolgreich gestalten zu können, regelt der Vertrag zudem die Menge der zu übermittelnden Fotos. Gemeint sind hier alle redaktionell und wirtschaftlich verwertbaren Fotos.

Kein Mensch in unserem Haus hat Interesse daran, fotografische Rohmasse und technischen Müll geliefert zu bekommen. Das könnte schon rein mengenmäßig weder die Redaktion noch irgendeine Agentur oder Syndication bewältigen. Geliefert werden soll eine sinnvolle vermarktungsfähige Auswahl von Bildern (aber eben mehr als die wenigen zur Erstveröffentlichung gelangenden), wovon auch der Fotograf profitiert, weil dann seine Weitervermarktungserlöse steigen. In diesem Kontext empfinden wir auch die von Ihnen vorgenommene Diffamierung unserer Syndication als unfair. Die Kolleginnen und Kollegen dort arbeiten professionell und haben in renommierten Agenturen Erfahrungen gesammelt, sie engagieren sich leidenschaftlich auch im Sinne der Fotografen für eine erfolgreiche Weitervermarktung.

Das sehen auch viele Fotografen so. Mit einer substanziellen Anzahl Fotografen wurden in den letzten Tagen bereits die Grundlagen zur Zusammenarbeit gelegt und auch erste umfangreiche Aufträge vereinbart. Diese Fotografen werden durch ihre frühe Entscheidung sicher auch hinsichtlich der Auftragsvolumina profitieren. Das gilt sicher auch für diejenigen, die in der nächsten Zeit hinzukommen.

Abschließend, sehr geehrter Herr Fischmann, ist es notwendig, den inhaltlichen Klarstellungen unsere Verwunderung über Ihren Kommunikationsstil hinzuzufügen.

Sie treten mit dem Verleger und der Geschäftsführung des JAHRESZEITEN VERLAGS in einen persönlichen Dialog ein mit dem einvernehmlichen Übereinkommen, dass dieser fortgesetzt werden soll. Unvermittelt und unangekündigt machen Sie die vertraulichen Gespräche parallel öffentlich und verpacken sie u.a. in eine Presseinformation, die vor haltlosen Unterstellungen strotzt. Es ist außerdem unüblich, aus vertraulichen Schreiben an Sie persönlich herausgelöst aus dem Kontext zu zitieren, ohne dieses vorher mit dem Absender abzustimmen.

Es passt auch nicht zu einer konstruktiven Gesprächshygiene, wenn Sie in einem persönlichen Telefonat mit dem Geschäftsführer Peter Rensmann (am 3. April 2009) über die "Einstellung des WEIN GOURMET" spotten und auch noch einen unzutreffenden Kontext zu dem hier diskutierten Sachverhalt herstellen und die Qualität und das Schicksal weiterer Magazine in den Raum stellen. Das ist unangemessen und wir distanzieren uns von einem solchen Gesprächsstil. Der WEIN GOURMET hat vielen Ihrer Mitglieder immer wieder umfangreich Arbeit gegeben, deshalb fehlt uns das Verständnis für Ihren boshaften (und im Übrigen auch unzutreffenden) Kommentar.

In der Sache ist das Gegenteil der Fall. Weil sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Publikumszeitschriften radikal verändern, ist jeder Verlag verpflichtet, Geschäftsmodelle zu entwickeln, die es ermöglichen, hochklassige Zielgruppenzeitschriften auch weiterhin profitabel zu publizieren. Der JAHRESZEITEN VERLAG hat seine Magazine durchgängig mit einem überdurchschnittlichen hohen Eigenproduktionsanteil verlegt und wiederum ebenfalls weit über Branchenschnitt Fotografen aus Deutschland beauftragt. Das wollen wir auch weiter tun, aber dazu braucht es konstruktive Grundlagen, die für beide Partner tragfähig sind.

Mit freundlichen Grüßen

Geschäftsführung JAHRESZEITEN VERLAG
Dr. Jan Pierre Klage
Joachim Herbst
Peter Rensmann

Hamburg, am 15. April 2009