

Mehr Content, mehr Stolperfallen

Wer digitale Inhalte missbräuchlich verwendet, kann in eine unangenehme Position kommen.

Gastbeitrag

••• Von Michael J. Kräftner

WIEN. Website, Imagefolder, Social Media, Printanzeige, Newsletter, Produktkatalog. Noch nie standen Unternehmen und Marken so viele Kommunikationskanäle zur Verfügung. Noch nie haben Unternehmen und Marken so viel Content produziert, genutzt und verteilt. Und der Trend zu immer noch mehr selbst- oder fremderstellten digitalen Inhalten hält an.

Nutzungsrechte-Management

Mehr Content bedeutet auch größere Herausforderungen beim Nutzungsrechte-Management. Ein aktueller Fall aus Wien zeigt, dass der Einsatz von Bildern, deren Nutzungsrechte man *nicht* oder nur eingeschränkt besitzt, kein Kavaliersdelikt ist.

Ein Fotograf hatte eine Hotelkette wegen umfassender Urheberrechtsverletzungen geklagt, und laut Medienberichten soll er nun eine zumindest hohe sechsstellige Summe als Entschädigung erhalten haben. Und darin sind Anwalts- und Gerichtskosten noch nicht enthalten.

Es kann schnell teuer werden

Wer digitale Inhalte missbräuchlich verwendet – ganz egal, ob mit Absicht oder aus Versehen –, kann in eine unangenehme Position kommen. Erworbene und lizenzierte digitale Assets haben in der Regel Nutzungsrechte, die bestimmen, wann, wo und wie oft das Asset verwendet werden darf.

Natürlich kann man versuchen, die Rechte manuell zu verwalten. Aber sind wir uns ehrlich: Wenn mehrere Mitarbeiter auf einen Content-Pool

zugreifen, ist das Wissen über die konkreten Nutzungsrechte oft nicht sehr weitreichend. Und mit jedem Mitarbeiter, der das Unternehmen verlässt, geht Wissen verloren.

Darüber hinaus sind Assets weit *mehr* als nur einfache digitale Files; es sind einzelne, meist aufwendig produzierte Inhalte wie etwa Produktfotos oder Imagevideos. Diese stellen für ein Unternehmen oder eine Organisation einen Wert dar und haben hohe Wiederbeschaffungskosten, wenn sie verloren gehen.



Auf Sicherheit setzen

Was also tun?

1. Sich der Gefahr bewusst werden. Das Thema Urheberrecht betrifft *jeden* – den börsennotierten Markenartikler wie den Blumenladen ums Eck.
2. Seine Mitarbeiter sensibilisieren.
3. Das Thema *aktiv* angehen und Sicherheitsmaßnahmen setzen, indem man etwa ein professionelles Digital Asset Management-System einführt. Das Gute: Im Zweifel spart man sich nicht nur teure Prozesse, sondern auch Geld für Mehrfachlizenzierungen und den Mitarbeitern wertvolle Zeit.

Der Autor

Michael J. Kräftner

Der Autor ist Gründer & CEO von Celum. Das Linzer Software-Unternehmen ist ein führender Anbieter von Digital Asset Management-Lösungen. Mehr als 800 Unternehmen in 35 Ländern vertrauen auf Celum, darunter Marken wie L'Oréal Professionnel, MAN, Shiseido, Silhouette, Scott Sports oder voestalpine.