

B. Kapitel 1 – Die rechtstatsächlichen Umstände des Markts für Fotokunst

Will man eine Erscheinung wie die Auflagenlimitierung in der zeitgenössischen Fotografie einer sinnvollen und vor allem angemessenen rechtlichen Bewältigung zuführen, so kommt man nicht umhin, sich mit den entsprechenden Rechtstatsachen⁶³ und damit insbesondere der Praxis des Fotomarkts vertraut zu machen. Einerseits lässt sich nur durch Kenntnis der tatsächlichen Marktgepflogenheiten zum Beispiel im Vertragsrecht eine Auslegung vornehmen, die der Wirklichkeit angemessen ist. Andererseits verweist auch das Recht an bestimmten Stellen ausdrücklich auf eine Berücksichtigung der Marktanschauungen. So definiert z. B. Art. 2 Abs. 1 der EU-Folgerechtsrichtlinie ein „Original“ als das, was als Original „angesehen“ wird. Insoweit ist (wohl)⁶⁴ ebenfalls auf die Anschauungen der am Kunstmarkt beteiligten Kreise zurückzugreifen.⁶⁵ Nicht zuletzt kranken auch schlechte, den Rechtsfrieden nicht oder nur bedingt herstellende Urteile, nur allzu häufig an einem mangelnden Verständnis der zugrunde liegenden Tatsachen.⁶⁶

Dementsprechend sollen im Folgenden die Entwicklung der Praxis der Auflagenlimitierung im Bereich der Fotokunst sowie deren wesentliche Merkmale und die Gebräuche auf dem Markt für Fotokunst aufgezeigt werden, insoweit sie als Vorverständnis für die rechtliche Bewertung, insbesondere der mit limitierten Auflagen in Verbindung stehenden Fragen, unerlässlich sind.

63 Der Begriff der „Rechtstatsachenforschung“ wird hier im ursprünglichen Sinne von *Nussbaum* verstanden, wonach sie sich richtet auf „diejenigen Tatsachen, deren Kenntnis für ein volles Verständnis und eine sachgemäße Anwendung der Normen erforderlich ist“; *Nussbaum*, *Recht und Staat* 1914 (6), 1 (6, 8). Vgl. insoweit auch bereits die methodischen Überlegungen oben bei A.V.1.b), S.29.

64 Vgl. zum Problem des unklaren Wortlauts *Schmidt-Werthern*, *Richtlinie*, 112; letztlich gibt es aber keine andere Anschauung als die der beteiligten Kreise, auf die sinnvoll zurückgegriffen werden könnte.

65 Zum „Dialog zwischen Recht und Kunst“ als Basis für die Definition des Originalbegriffs vgl. insbesondere *Jayme*, in: *Original und Fälschung*, 23 ff.

66 Ähnlich *Nussbaum*, *Recht und Staat* 1914 (6), 1 (4 f., 12 ff.)

I. Beschreibung des Markts für Fotokunst

Der Markt für Fotokunst ist ein vergleichsweiser junger Markt. Wie jedes Teilsegment des Kunstmarkts weist er einige gattungsspezifische Besonderheiten auf. Für ein gelungenes Verständnis dieser Besonderheiten als Voraussetzung für eine korrekte rechtliche Würdigung seiner Phänomene ist es notwendig, sich zunächst zumindest einen groben Überblick insbesondere über seine Geschichte und die von ihm durchlaufenen Entwicklungen zu verschaffen.⁶⁷ Dies gilt umso mehr, als die Praxis der Verwendung von Auflagenlimitierungen untrennbar mit der Geschichte und Entwicklung des Markts für Fotokunst zusammenhängt.

1. Fotografie vor 1970 (sog. „historische Fotografie“)

Im Kunsthandel wird Fotografien, die vor ca. 1970 entstanden sind, insofern eine besondere Stellung zuteil, als diese Aufnahmen mangels eines etablierten Markts für Fotokunst zum Zeitpunkt ihrer Herstellung häufig entweder nicht als „Kunst“ geschaffen oder aber jedenfalls nicht von einem breiten Markt als (sammelwürdige) „Kunst“ (mit entsprechender Preisbildung) wahrgenommen wurden.⁶⁸ Ein Marktinteresse insbesondere für solche „Inkunabeln“ der Fotografie ist erst zu Beginn der 1970er Jahre aufgekommen und hat dann zu rasant steigenden Preisen geführt. Meistens wird insoweit auch von „historischer Fotografie“ im Gegensatz zu „zeitgenössischer Fotografie“ (ab ca. 1970⁶⁹) gesprochen.⁷⁰

Der US-amerikanische Fotograf William Klein fasste die Entwicklungen der 1970er Jahre und ihre Wirkung auf historische Fotografie pointiert wie folgt zusammen: „It’s like Russian bonds that you paper your toilet with and suddenly people decide to redeem these bonds and they are worth money.”⁷¹

67 Im Folgenden werden die wesentlichen Informationen zu diesem Thema holzschnittartig zusammengefasst. Ausführlichere und lesenswerte Darstellungen finden sich bei *Mercker*, in: *Original und Fälschung*, 64 ff. sowie *Klein*, *art value* (Ausgabe 10) 2012, 52 ff.; *Noble*, *Collecting Photographs*, 32 ff.; *Pitnick*, *Black & White Magazine* June 2002, 58 ff.

68 *Polte*, *art value* (Ausgabe 10) 2012, 27.

69 *Dennis/Dennis*, *Collecting Photographs*, viii bezeichnen 1976 als das „Jahr der Fotografie“.

70 *Vogel*, in: *Schricker/Loewenheim*, § 44 Rn. 27. Teilweise wird auch eine Dreiteilung des Markts vorgeschlagen, wobei dann zeitlich zwischen historischer und zeitgenössischer Fotografie noch die „klassische Fotografie“ ab etwa 1900 verortet wird; so z. B. bei *Klein*, *art value* (Ausgabe 10) 2012, 52 (53).

71 So in einem Interview im Rahmen der BBC Four-Dokumentation „The Genius of Photo-

Dies soll allerdings nicht heißen, dass es vor 1970 keine bedeutenden Fotokünstler gegeben hätte, die sich auch durchaus selbst als Künstler empfanden. Vielmehr gibt es aus dieser Zeit sogar eine Reihe herausragender Künstler wie z. B. die Protagonisten der amerikanischen sogenannten „straight photography“ wie Paul Strand, Alfred Stieglitz (dessen Einfluss als Galerist vielleicht noch größer war als derjenige als Fotograf)⁷² und Ansel Adams, deren Werke heute bei Sammlern in höchstem Maße begehrt sind. Der entscheidende Punkt ist jedoch, dass diese Personen zu ihrer Zeit eine absolute Avantgarde darstellten, deren künstlerisches Schaffen zum einen nicht von einer so breiten Masse geschätzt wurde, als dass sich ein echter Markt für ihre Kunstwerke hätte entwickeln können. Zum anderen gab es zu jener Zeit gegenüber der Fotografie aufgrund ihrer Technizität⁷³ und (vermeintlich) reinen Abbildungsfunktion auch immer noch starke kunsttheoretische Vorbehalte, welche dazu führten, dass Fotografie jedenfalls nicht auf einer Stufe mit z. B. der Gattung der Malerei gesehen wurde.⁷⁴ Eine wertmäßige (im Sinne von „geldwerte“) Annäherung der Fotografie z. B. an die Malerei können wir erst seit einigen Jahren feststellen.⁷⁵ Dabei ist diese Gleichstellung das Ergebnis eines langen Wandels der Anschauungen auf dem Kunstmarkt und massiver Überzeugungsarbeit der Protagonisten und Fürsprecher der Fotokunst.

graphy“, Folge 6 „Snap Judgements“; vgl. auch die Homepage der Serie unter <http://www.bbc.co.uk/photography/genius/>, abgerufen am 01.06.2016.

72 Vgl. zu Leben und Werk von Alfred Stieglitz umfassend *Greenough* (Hrsg.), *Modern Art and America*.

73 So z. B. noch die Einschätzung bei *Koschatzky*, *Graphik*, 44. Vgl. auch die geradezu hasserfüllte Kritik bei *Baudelaire*, *Die Fotografie und das moderne Publikum*, 1859, in: *Kemp/v. Amelunxen* (Hrsg.), *Theorie der Fotografie I-IV*, 2006, 110 ff. Darin heißt es unter anderem: „[...] Dadurch, daß die fotografische Industrie die Zuflucht aller gescheiterten Maler wurde, der Unbegabten und der Faulen, hatte diese allgemeine Überfütterung nicht nur Verblendung und Verdummung zur Folge, sondern wirkte auch wie eine Rache. Daß eine so dummdreiste Verschwörung, die wie stets die Böswilligen und die Narren vereint, vollen Erfolg haben könnte, glaube ich nicht oder besser: Ich will es nicht glauben. Aber ich bin davon überzeugt, daß die fehlgeleitete Entwicklung der Fotografie wie jeder rein materielle Fortschritt sehr stark zur weiteren Verarmung des ohnehin schon seltenen künstlerischen Genies in Frankreich beigetragen hat. Albern und unseriös wie die moderne Zeit ist, hat sie gut brüllen, alle die Blähungen ihrer runden Persönlichkeit ausrülpsen und all die unverdauten Sophismen ausstoßen, mit denen eine neuere Philosophie sie bis zum Geht-nicht-mehr vollgestopft hat – das fällt unter den Sinn, daß die Industrie, indem sie in die Domäne der Kunst einbricht, ihr Todfeind wird und daß die Vermischung der Funktionen dazu führt, daß keine sich erfüllt.[...]“ (zitiert aus der genannten Quelle).

74 Vgl. hierzu auch die Beschreibung bei *Adams*, *Autobiography*, 112.

75 Vgl. *Finkel*, *Fotogeschichte* 105/2007, 59 (60).

In der Geschichte der Fotografie ist somit eine zeitliche Verzögerung von etwa 70 Jahren zwischen der Entwicklung der Fotografie als Medium künstlerischen Ausdrucks⁷⁶ und der Entwicklung einer breiten Anerkennung dieser Kunstform als Voraussetzung eines echten Markts für Kunstfotografie zu beobachten.

a) Ein konkretes Beispiel: Ansel Adams (1902–1984)⁷⁷

Geradezu paradigmatisch lässt sich die Entwicklung des Kunstmarkts anhand des Lebens und Werks des amerikanischen Fotografen Ansel Adams darstellen. Auch die Werke von Ansel Adams fanden erst in den letzten Jahren seines Lebens (er starb 1984) eine breite Nachfrage, wobei ihm teilweise das Verdienst zugeschrieben wird, diesen Markt selbst in maßgeblicher Weise mitentwickelt zu haben.⁷⁸ Vorher sah sich auch Ansel Adams gezwungen, seinen Lebensunterhalt als „commercial photographer“ (Berufsfotograf) zu verdienen, um dann in seiner Freizeit der „creative photography“ (Kunstfotografie) nachgehen zu können.⁷⁹ Für kommerzielle Fotografie (Porträtfotografie, Architekturfotografie, Werbefotografie, Katalogfotografie, Industriefotografie) gab es nämlich im Gegensatz zur Kunstfotografie zumindest eine für den Fotografen „geldwerte Nachfrage“.

Ansel Adams kam zwar schon als Teenager mit der Fotografie in Berührung, sah seine Zukunft jedoch zunächst lange Zeit im Bereich der Musik, da er auch ein begabter Pianist war.⁸⁰ Die Entdeckung seiner Fotos durch den Mäzen Albert Bender wurde zu einer entscheidenden Weichenstellung in Adams Leben. Bender arrangierte und finanzierte die Herstellung eines Portfolios mit achtzehn Aufnahmen von Adams unter dem Titel „Parmelian Prints of the High Sierras“, welches im Jahre 1927 erschien. Für das Kunst-

76 Die technische Erfindung der Fotografie ist sogar noch älter (ca. 1839, vgl. von *Brauchitsch*, *Fotografie*, 29 ff.). Jedoch hat es auch hier Zeit gebraucht, bis die fotografische Technik zu einer gewissen Verlässlichkeit und vor allem Verfügbarkeit entwickelt war, bevor sich durch sie künstlerische Kreativität in größerer Zahl manifestieren konnte.

77 Ziel dieser Arbeit kann keine komplexe kunsthistorische und erschöpfende Auseinandersetzung mit Ansel Adams und seinem Werk sein. Vielmehr sollen die Beschreibungen die nachfolgenden Ausführungen zur limitierten Auflage in den notwendigen (kunst-)historischen Kontext einbetten. Für eine vertiefte Auseinandersetzung mit Ansel Adams sei insbesondere anempfohlen *Adams*, *Autobiography*.

78 *Woodward*, in: *Natural Affinities*, 21.

79 *Adams*, *Autobiography*, 159 ff.; *Buhler Lynes*, in: *Natural Affinities*, 25.

80 *Szarkowski*, *Ansel Adams*, 13; *Buhler Lynes*, in: *Natural Affinities*, 24; *Adams*, *Autobiography*, 23 ff., 97, 109.

wort „Parmelian“ hatte man sich entschieden, weil die Verlegerin die Verwendung des Worts „Photographs“ für nicht verkaufsfördernd hielt – ein weiteres Indiz für die weitläufige Geringschätzung der Fotografie zur damaligen Zeit.⁸¹ Dieses Portfolio zeichnete sich bereits durch Aufnahmen aus, die zukünftig für Ansel Adams' Stil charakteristisch sein würden: Landschaftsaufnahmen insbesondere aus den amerikanischen Nationalparks, die vor allem die Wildheit, Rauheit und (vermeintliche) Unberührtheit der Natur des amerikanischen Westens zur Schau stellten.

Von dem Portfolio wurden 110 Exemplare hergestellt.⁸² Hierbei handelte es sich jedoch nicht um eine limitierte Auflage im engeren Sinn, sondern schlichtweg um eine geschäftsmäßige Entscheidung. Genauso wie ein Buch in einer bestimmten Auflage erscheint, die von den Absatzerwartungen der Verleger bestimmt ist, stand auch bei Adams die Frage im Vordergrund, wie viele Portfolios er zeitnah herstellen konnte (Adams musste jeden der in den Portfolios enthaltenen 1.980 Abzüge selbst in Handarbeit herstellen) und wie viele man vermutlich maximal zu einem Preis von 50 USD absetzen könnte. Nicht entscheidend war die Frage, ob durch eine künstliche Verknappung ein höherer Preis generiert werden könnte.⁸³

Einige Exemplare des Portfolios wurden später bei einem Brand zerstört, sodass das Auktionshaus Christie's davon ausgeht, dass heute weltweit nur noch ungefähr 75 Portfolios existieren.⁸⁴ Auf einer Auktion von Christie's erzielte ein solches Portfolio am 11. April 2008 einen Erlös⁸⁵ von 97.000 USD.⁸⁶

81 *Adams, Autobiography*, 82; *Street Alinder*, Ansel Adams (2014 Edition), 54.

82 *Adams, Autobiography*, 82; im Vorwort zu *Adams, Portfolios*, vi äußert sich *Adams* zu der Auflagenhöhe aller seiner Portfolios: „It may be of interest that Portfolio I was privately printed in an edition of 75 copies, 10 of which were made especially for E. Weyhe of New York City; Portfolio II was a privately printed edition of 100 numbered copies and 5 presentation copies. Portfolio III was limited to 208 copies, of which 200 were for sale; Portfolio IV was limited to 260 copies, of which 250 were for sale. Portfolios V and VI were each printed in an edition of 110 copies, of which copies for sale were numbered 1 through 100, and 10 copies were lettered A through J; Portfolio VII was limited to 115 copies, of which copies for sale were numbered 1 through 100, and 15 copies were lettered A through O.“

83 Vgl. *Adams, Autobiography*, 82; *Buhler Lynes*, in: *Natural Affinities*, 24.

84 http://www.christies.com/LotFinder/lot_details.aspx?intObjectID=5056398, abgerufen am 01.06.2016.

85 Bei den hier zitierten Beträgen handelt es sich um den sogenannten „Price realized“, d. h. den Hammerpreis zuzüglich Aufgeld. Dies ist der Betrag, wie er auf den Internetseiten der Auktionshäuser angegeben und somit leicht überprüfbar ist. Zu diesem Begriff vgl. auch unten Fn. 132.

86 http://www.christies.com/LotFinder/lot_details.aspx?intObjectID=5056398, abgerufen am 01.06.2016.

Bei Phillips (zeitweilig „Phillips de Pury“) in New York wurde ein gleichartiges Portfolio am 2. Oktober 2012 für 50.000 USD zugeschlagen.⁸⁷

Ansel Adams entschied sich 1930 schließlich endgültig gegen die Musik und für die Fotografie.⁸⁸ Zusammen mit anderen Fotografen gründete er die Gruppe „f.64“, die sich ein Manifest gab und der „straight photography“ verschrieb, d. h. einer Fotokunst, die gerade die Eigenheiten des Mediums (z. B. die exakte Wirklichkeitsabbildung) hervorheben wollte. Hiermit setzte sich die Gruppe in deutlichen Gegensatz zum damals vorherrschenden „Piktorialismus“, bei dem Fotografen versuchten, durch z. B. Weichzeichnung und strukturiertes Papier bei ihren Fotografien den Eindruck von Malerei zu erwecken und den technischen Charakter der Fotografie herunterzuspielen.⁸⁹

In den folgenden Jahren widmete sich Ansel Adams in mehreren Expeditionen fotografisch der amerikanischen Wildnis, insbesondere dem Yosemite Nationalpark.⁹⁰ Um seinen künstlerischen Ansprüchen gerecht werden zu können und seine schöpferischen Ideen besser umsetzen zu können, betrieb Adams auch intensive Forschung im Bereich der Belichtung der Negative und ihrer Entwicklung und veröffentlichte im Laufe der Zeit mehrere umfangreiche Handbücher zur technischen Seite der Fotokunst.⁹¹ Gleichzeitig war Adams stets als Advokat der Fotokunst bemüht, ihren Ruf als „fine art“ zu etablieren und zu fördern.⁹² Adams blieb jedoch bis in die 1970er Jahre auf die Arbeit im Bereich der „commercial photography“ angewiesen, um für sich und seine Familie den Lebensunterhalt bestreiten zu können.⁹³

Die damals noch fehlende Wertschätzung für Kunstfotografie spiegelt sich auch darin wider, dass noch Anfang der 1970er Jahre die „University of California“ ein Angebot von Ansel Adams ablehnte, sein gesamtes Archiv zu übernehmen, da man nicht willens war für Kunstfotografie Mittel aus dem Etat bereitzustellen.⁹⁴ Letztlich gründete Ansel Adams zusammen mit einigen Mitstreitern im Jahre 1975 eine neue Institution, um sein Vermächtnis und das von anderen Fotografen seiner Zeit aufzunehmen: das „Center

87 <http://www.phillips.com/detail/ANSEL-ADAMS/NY040212/118>, abgerufen am 01.06.2016.

88 Adams, *Autobiography*, 109 f.; Buhler Lynes, in: *Natural Affinities*, 25.

89 Vgl. zum Piktorialismus von Brauchitsch, *Fotografie*, 76 ff.; Hammond, in: *Neue Geschichte der Fotografie*, 293 ff.; Newhall, *Geschichte der Photographie*, 145 ff.

90 Adams, *Autobiography*, 181 ff.

91 *Making a Photograph*, 1935; *Camera and Lens*, 1948; *The Negative*, 1948; *The Print*, 1950; *Natural-Light Photography*, 1952; *Artificial-Light Photography*, 1956; vgl. auch Buhler Lynes, in: *Natural Affinities*, 27.

92 Buhler Lynes, in: *Natural Affinities*, 25.

93 Buhler Lynes, in: *Natural Affinities*, 25 f.

94 Adams, *Autobiography*, 359.

for Creative Photography“ an der „University of Arizona“.95 Ansel Adams verfügte jedoch bereits damals, dass Abzüge von seinen Negativen nur noch zu Studienzwecken („educational purposes“) gemacht werden dürften und eindeutig als *nicht* von seiner Hand stammend zu kennzeichnen seien.96

Bereits 1937 hatte Adams damit begonnen, bestimmte Motive von seinem Assistenten in großen Zahlen abziehen zu lassen, um sie als Souvenir für Touristen des Yosemite Nationalparks zum günstigen Preis von 3 USD anbieten zu können.97 Schon bei diesen Abzügen legte er besonderen Wert darauf, sie mit dem Vermerk „SEP“ (für „special edition print“) zu stempeln, um sie von seinen selbst hergestellten Abzügen abzugrenzen.98 Die zunächst von ihm betriebene Praxis, auch die „SEPs“ zu signieren, gab er später auf, weil er der Meinung war, hierdurch die Käufer zu verwirren.99

Noch interessanter ist aber zu sehen, dass Ansel Adams sich in seiner Autobiographie auch schon mit der aufkommenden Frage der Limitierung von Fotografien auseinandergesetzt hat. Die für ihn mit einer strengen Limitierung zwangsläufig verbundene Zerstörung des Negativs verglich er mit der Praxis der Zerstörung von Druckplatten im Bereich der Druckgrafik.100 In seiner Auseinandersetzung mit dem Thema schreibt Adams, dass er grundsätzlich nie limitierte Auflagen von seinen Werken hergestellt habe, da es der natürlichen Eigenschaft des Mediums zur unbeschränkten Reproduktion widerspreche.101 Er räumte jedoch ein, dass er sich für sein „Portfolio VI“ ausnahmsweise aus vermarktungsstrategischen Gründen für eine limitierte Auflage von 100 Stück entschieden habe und die Negative tatsächlich im Anschluss an die Produktion des Portfolios zerstörte.102 Interessant und für die Überlegungen der vorliegenden Arbeit bedeutend ist, dass für Adams die Vernichtung des Negativs und damit der faktische Ausschluss der Herstellung weiterer Abzüge desselben Motivs die notwendige Konsequenz einer Auflagenlimitierung war. Im Nachhinein bereute Adams diese Entscheidung, da er zu der Auffassung gelangt war, dass der wirtschaftliche Wert einer künstlich hergestellten Verknappung niemals die

95 Heute auch im Internet vertreten unter <http://www.creativephotography.org>, abgerufen am 01.06.2016.

96 Adams, Autobiography, 359.

97 *Street Alinder*, Ansel Adams, 301.

98 *Street Alinder*, Ansel Adams, 301.

99 *Street Alinder*, Ansel Adams, 301.

100 Adams, Autobiography, 360 f.

101 Adams, Autobiography, 361.

102 Adams, Autobiography, 360 f.; vgl. auch denselben Sachverhalt in der Darstellung von *Street Alinder*, Ansel Adams (2014 Edition), 262.

Zerstörung der künstlerischen Arbeit selbst rechtfertigen könne.¹⁰³ Die von Ansel Adams (wie auch anderen Fotografen seiner Zeit) geübte Praxis bestand stattdessen darin, dass Interessenten bei ihm jederzeit Abzüge seiner Fotografien bestellen konnten, die er dann jeweils eigenhändig, teilweise aber auch mit Unterstützung von Assistenten, herstellte. Nach Herstellung des „Portfolio VI“ verzichtete Adams im Folgenden bewusst auf die finanzielle „Belohnung“ einer Auflagenlimitierung durch den Markt, um stattdessen die Freiheit zu haben, jederzeit Nachabzüge herstellen zu können. Das in den 1970er Jahren sprunghaft ansteigende Interesse an seinen Fotografien machte ihm jedoch die Befriedigung der Nachfrage in dieser Weise zusehends unmöglich. Gleichzeitig bedauerte er es, seine Zeit nicht mehr mit der Aufnahme neuer Motive, sondern hauptsächlich mit der hundertfachen Reproduktion seiner alten Arbeiten zu verbringen.¹⁰⁴ Adams entschied sich daher dafür, eine Frist zu setzen und nach dem 31. Dezember 1975 keine weiteren Abzugsbestellungen mehr anzunehmen. Der hierdurch ausgelöste Nachfragesturm sorgte dafür, dass Adams „den Großteil der Jahre 1976, 1977 und 1978“¹⁰⁵ mit dem Abarbeiten dieser Bestellungen zubrachte. Viele Museen hatten jedoch die Zeichen der Zeit noch nicht erkannt und verpassten diese letzte Kaufmöglichkeit. Deswegen stellte Ansel Adams auf Anfrage der Kunsthändler Maggi Weston und Harry Lunn im Jahre 1979 noch einmal eine begrenzte Anzahl einer repräsentativen Zusammenstellung seiner Fotos (die sogenannten „Museum Sets“) her, um diese an bestimmte, eigens ausgewählte Museen zu liefern und sein Werk somit auch dauerhaft der breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen.¹⁰⁶

Insgesamt hat Ansel Adams so im Laufe seines Lebens mehr als 13.000 Abzüge von ungefähr 2.000 Motiven angefertigt. Dabei entfallen allein 1.300 Abzüge¹⁰⁷ auf sein wohl beliebtestes Motiv „Moonrise, Hernandez, New Mexico 1941“.¹⁰⁸

103 Adams, *Autobiography*, 361.; für seine letzten drei Portfolios, die in den 1970er Jahren erschienen, beschränkte sich Adams daher auf die schriftliche Zusage, von den enthaltenen Motiven keine weiteren Abzüge herzustellen, vgl. *Street Alinder*, Ansel Adams, 310; *Street Alinder*, Ansel Adams (2014 Edition), 262. Heute stehen wieder postum gefertigte Digitalisate der Motive, deren Negative zerstört wurden, zur Verfügung; *Street Alinder*, Ansel Adams (2014 Edition), 262.

104 Adams, *Autobiography*, 361 f.; *Street Alinder*, Ansel Adams, 303.

105 Adams, *Autobiography*, 362.; *Street Alinder*, Ansel Adams, 304 f.

106 Adams, *Autobiography*, 363.

107 *Street Alinder*, Ansel Adams, 197; *Buhler Lynes*, in: *Natural Affinities*, 27; teilweise ist auch die Rede von etwa 900 Abzügen; vgl. *Badger*, *Collecting*, 61. Wieder anders *Fetterman* bei *Finkel*, *Fotogesichte* 105/2007, 59 (60), der von 1.086 Abzügen spricht.

108 Zur Geschichte dieser Aufnahme vgl. *Street Alinder*, Ansel Adams, 185 ff.

b) Historische Fotografie als Gegenstand des zeitgenössischen Kunstmarkts

Die Tatsache, dass die historische Fotografie gewissermaßen erst „im Nachhinein“ vom Kunstmarkt „entdeckt“ wurde, führt zu einigen, für die folgenden Überlegungen dieser Arbeit wesentlichen Besonderheiten.

(1) Die Unüblichkeit von Auflagenlimitierungen

Vor 1970 war es in der Fotografie weitgehend unüblich, limitierte Auflagen abzuziehen, da – wie bereits erwähnt – die Fotos häufig für Agenturen oder Zeitungen, in der Regel aber nicht für den Kunstmarkt geschaffen wurden.¹⁰⁹ Selbst die Fotografien, die explizit für den (ausgesprochen kleinen) Markt für Fotokunst produziert wurden, unterlagen – wie im Fall der Abzüge von Ansel Adams¹¹⁰ – häufig keiner Limitierung, da die Aufnahmekraft des Markts aufgrund seiner geringen Größe ohnehin schon begrenzt war.

Obwohl also praktisch nie im eigentlichen Sinne limitiert wurde, existieren aus dem Bereich der historischen Fotografie heutzutage meist nur noch wenige Abzüge derselben Fotografie, die auch tatsächlich vor 1970 produziert wurden. Dies liegt daran, dass die häufig verfolgten Zwecke (Illustration von Zeitungsbeiträgen, Dokumentationszwecke) keine hohen Auflagen erforderten und insbesondere in der Frühzeit der Fotografie das Fotopapier teuer war, sodass nur so viele Abzüge wie nötig hergestellt wurden.¹¹¹ Teilweise liegt es auch daran, dass die Abzüge – z. B. auch mangels eines echten Interesses an ihnen – in Archiven „verschwanden“ oder schlicht im Laufe der Zeit zerstört wurden. Das später aufgekommene Interesse für solche Fotografien hat dann wiederum dazu geführt, dass häufig im Nachhinein und auch nach dem Tod des Fotografen noch weitere Abzüge von besonders begehrten Fotografien bzw. Fotografen angefertigt wurden,¹¹² wobei teilweise wenig Wert darauf gelegt wurde, diese nachträglichen Abzüge auch konkret als solche zu kennzeichnen bzw. auszuweisen.¹¹³ Auch eine Li-

109 *Badger*, *Collecting*, 73 f.; *Albin*, *Photography in New York International* May/June 2002, 32; *Mercker/Mues*, *FAZ* vom 21. August 2004, 47; *Mercker*, in: *Original und Fälschung*, 66.

110 Vgl. soeben bei B.I.a), S. 38.

111 *Ganteführer-Trier*, *Photonews* September 2009, 4.

112 Vgl. *Ganteführer-Trier*, *Photonews* September 2009, 4.

113 *Badger*, *Collecting*, 99 f. Vgl. auch zur umfangreichen Editionstätigkeit der verschiedenen Generationen von Erben nach August Sander *Fricke*, *Photonews* 3/2014, 8.

mitierung dieser Nachabzüge blieb zunächst (wie zum Beispiel bei Ansel Adams)¹¹⁴ unüblich.

(2) Die Marktsegmentierung nach der Entstehungszeit des Abzugs

Mit der Herausbildung eines breiten Markts für (historische) Fotografie ab etwa 1970 entwickelte sich eine Einteilung und Wertschätzung dieser Fotografien nach dem Datum ihres Abzugs.¹¹⁵ Hierbei ist insbesondere die begriffliche Unterscheidung zwischen „Vintage Prints“ auf der einen und „Printed later Prints“, „Later Prints“, „Lifetime Prints“, „Reprints“, „Modern Prints“ oder „Posthumous Prints“ auf der anderen Seite für die ideelle wie finanzielle Wertschätzung dieser Fotografien entscheidend.

(aa) Der „Vintage Print“

Die höchste Wertschätzung¹¹⁶ kommt dabei regelmäßig dem „Vintage Print“ zu, d. h. einem Abzug, „bei dem das Datum der Aufnahme dem Datum des Abzugs annähernd entspricht und d[er] vom Photographen selbst oder von anderer Hand im Sinne des Photographen erstellt worden ist“¹¹⁷. Als Zeitfenster für die Herstellung von Vintage Prints werden zwischen bis zu fünf¹¹⁸ und zehn¹¹⁹ Jahre nach Herstellung des Negativs genannt. Als Daumenregel kann daher gelten, dass der Abzug umso wertvoller ist, je älter er ist und je zeitlich näher seine Entstehung an der des Negativs liegt.¹²⁰ Die Gründe für

114 Vgl. oben B.I.1.a), S. 38.

115 Eine der ersten Dokumentationen dieser Begriffsbildung findet sich in den zeitgenössischen Artikeln von *Misani*, *printletter* 1976, 1 und *Misani*, *printletter* 1978, 3.

116 *Badger*, *Collecting*, 68; *Dennis/Dennis*, *Collecting Photographs*, 176 ff.; *Mercker*, in: *Original und Fälschung*, 65; *Phillips*, *Contemporary Photography*, 21.

117 So die Definition im Katalog der Villa Grisebach Auktionen GmbH zur Auktion Nr. 177, *Klassische und Zeitgenössische Photographie* am 25. November 2010; diese Definition kann als marktüblich bezeichnet werden, vgl. *Mosimann*, in: *Kunst & Recht*, 18; *Hammann*, *UFITA* 90/1981, 45 (53); *Mercker*, in: *Original und Fälschung*, 65, und von Seiten der Galerien *Bundesverband Deutscher Kunstverleger und Bundesverband Deutscher Galerien* (Hrsg.), *Kleines Glossar zur Fotografie*, 17.

118 So *Badger*, *Collecting*, 68; *Boll*, *Kunst ist käuflich*, 103; *Ganteführer-Trier*, *Photonews* September 2009, 4; *Ganteführer-Trier*, *art value* (Ausgabe 10) 2012, 58; *Noble*, *Collecting Photographs*, 196.

119 *Bundesverband Deutscher Kunstverleger und Bundesverband Deutscher Galerien* (Hrsg.), *Kleines Glossar zur Fotografie*, 17.

120 *Stein Greben*, *Artnews* February 2003, 108 (110).

die besondere Wertschätzung der „Vintages“ sind einerseits im ideellen Bereich zu suchen.¹²¹ Der Abzug, der vom Künstler noch im unmittelbaren zeitlichen Zusammenhang mit der Belichtung des Negativs hergestellt worden ist, hat eine besondere „Aura“.¹²² Dem Fotografen waren zu diesem Zeitpunkt das Originalmotiv und seine Beweggründe für die Aufnahme noch unmittelbar gegenwärtig.¹²³ Es ist wahrscheinlich, dass die „Vintage“-Abzüge seiner ursprünglichen künstlerischen Vorstellung am ehesten entsprechen, also kompromissloser sind, was z. B. bei später massenhaft auf Nachfrage hergestellten Abzügen vielleicht nicht mehr der Fall ist.¹²⁴ Es gibt im Bereich der historischen Fotografie andererseits aber auch sehr objektive Gründe für die Bevorzugung von Vintage Prints. So hat sich das Fotopapier im Laufe der Zeit stark verändert. Der Silberanteil in den Emulsionen, die das Motiv auf dem Papier hervorbringen, ist im Laufe der Zeit geringer geworden, was sich unter anderem in einem kleineren Tonwertumfang der jüngeren Fotopapiere widerspiegelt.¹²⁵ Stets zu bedenken bleibt allerdings auch, dass es durchaus Künstler gegeben hat, deren spätere Abzüge qualitativ und ästhetisch „besser“ gewesen sind als ihre „Vintage“-Abzüge, was beispielsweise daran liegt, dass ihnen später besseres Material und Technik zur Verfügung standen, sich aber auch ihr fotografisches Können weiter entwickelt hatte.¹²⁶

(bb) Die „Later Prints“

Spätere Abzüge – ob vom Fotografen selbst oder von dritter Hand – werden als „Later Prints“ oder ähnlich bezeichnet, wobei die Terminologie (im Gegensatz zu dem relativ feststehenden Begriff des „Vintage“) höchst unterschiedlich ist. Wenn Ansel Adams also in den 1970er Jahren immer noch um Abzüge von seiner Fotografie „Moonrise, Hernandez, New Mexico 1941“ ge-

121 Für einen anschaulichen Vergleich zwischen einem Vintage Print und einem Later Print vgl. die Abbildungen von Ansel Adams' „Aspens, Northern New Mexico, 1958“ in *Szarowski*, Ansel Adams, Bildtafeln 104 und 105.

122 *Badger*, *Collecting*, 68.

123 *Mercker*, in: *Original und Fälschung*, 65.

124 Vgl. *Badger*, *Collecting*, 68 ff.; ein Gegenbeispiel bildet wohl Ansel Adams, der stets bemüht gewesen sein soll, größte Kompromisslosigkeit bei der Qualität der Abzüge an den Tag zu legen; vgl. *Street Alinder*, Ansel Adams, 318 ff.

125 *Albin*, *Photography in New York International May/June 2002*, 32; *Badger*, *Collecting*, 69 f.; *Mercker*, in: *Original und Fälschung*, 66.

126 Vgl. auch mit Beispielen *Badger*, *Collecting*, 69 f. sowie 66 f.; *Mercker*, in: *Original und Fälschung*, 65 f.

beten wurde, so handelt es sich nach der heutigen Marktklassifikation bei diesen Abzügen um Later Prints, nicht mehr um Vintage Prints.¹²⁷

(cc) Ein konkretes Beispiel: „Moonrise, Hernandez, New Mexico 1941“ von Ansel Adams

Als ein Beispiel für die unterschiedliche Wertschätzung von Vintage Prints und Later Prints sei noch einmal Ansel Adams mit seinem wohl populärsten Motiv „Moonrise, Hernandez, New Mexico 1941“¹²⁸ bemüht.¹²⁹ Mithilfe der von dem Dienstleister „Artprice.com“¹³⁰ zusammengetragenen sowie der im Internet zugänglichen Auktionsergebnisse der großen Auktionshäuser Sotheby’s und Christie’s im Zeitraum von Anfang 2007 bis Ende 2014¹³¹ lassen sich einerseits die Rarität von Vintage Prints auf dem Markt und gleichzeitig ihre hohen Preise darstellen. So wurden im genannten Zeitraum 72-mal Abzüge des Motivs „Moonrise, New Mexico 1941“ versteigert, von denen wiederum 37 bei Sotheby’s oder Christie’s zum Aufruf gelangten. Von diesen wurde nur ein einziger als Vintage Print angeboten und zu einem Hammerpreis¹³²

127 Vgl. *Mercker*, in: *Original und Fälschung*, 65.

128 Hierzu bereits oben B.I.1.a), S. 38.

129 Für ein weiteres Beispiel („Das Bäumchen“ aus dem Jahre 1929 von Albert Renner-Patzsch) vgl. *Ganteführer-Trier*, art value (Ausgabe 10) 2012, 58 (60).

130 Die genannten Preise sind Hammerpreise und nach der Datenbank von Artprice.com zitiert.

131 Die zeitliche Begrenzung rührt einerseits daher, dass das im Internet zugängliche Auktionsarchiv von Sotheby’s weniger weit in die Vergangenheit zurückreicht als dasjenige von Christie’s. Ohne die detaillierten Losangaben der Kataloge lässt sich jedoch kaum nachvollziehen, um welche Abzüge („Vintage“ etc.) es sich tatsächlich gehandelt hat. Weiterhin haben die Preise für Adams’ Fotografien in den letzten zehn Jahren insgesamt eine deutliche Steigerung erfahren, sodass ein Vergleich von Auktionsergebnissen z. B. aus den 1990er Jahren mit heutigen im Hinblick auf Erkenntnisse zur unterschiedlichen Wertschätzung von „Vintage Prints“ und „Later Prints“ weit weniger aufschlussreich sein dürfte als die hier gewählte, kurze Zeitreihe.

132 Der Hammerpreis versteht sich als der Preis, zu dem das Werk zugeschlagen wurde, d. h. dem letzten Ausruf des Auktionsators (vgl. die Auktionsbedingungen z. B. von Sotheby’s). Auf den Hammerpreis aufgerechnet wird das vom Käufer zu zahlende Aufgeld, welches die Provision des Auktionshauses darstellt (zudem wird in der Regel vor der Auskehr des Erlöses an den Einlieferer auch hier noch einmal ein sogenanntes „Abgeld“ in ähnlicher Höhe wie dem Aufgeld abgezogen). Dieser Preis wird als „Price realized“ oder Zuschlagspreis bezeichnet. Häufig geben die Auktionshäuser lediglich diesen letzteren (höheren und damit werbewirksameren), Preis auf Webseiten oder in Pressemitteilungen an, sodass der Hammerpreis nur über Sekundärquellen (Datenbanken, Zeitungsberichte über die Auktion) in Erfahrung zu bringen ist. Eine Möglichkeit der schnellen Rückrechnung bietet neuerdings „GAVEL“; <http://fusion.net/story/18599/introducing-gavel-the-auction-calculator/>, abgerufen am 01.06.2016. Der Hammerpreis

von 300.000 USD zugeschlagen.¹³³ Bei den 38 anderen Fotografien handelte sich um Later Prints, die teilweise aus den 1960er, größtenteils jedoch aus den 1970er Jahren stammen. Sie wurden zwischen 18.000 USD¹³⁴ bis 85.000 USD¹³⁵ zugeschlagen.

Diese Stichprobe zeigt, dass zum einen „Vintages“ von „Moonrise“ deutlich seltener auf Auktionen angeboten werden, zum anderen diese dementsprechend aber regelmäßig auch ein Vielfaches der Preise von Later Prints erzielen. Der hohe Preis von „Vintage-Abzügen“ ist somit im Ergebnis wahrscheinlich nicht nur die Folge einer besonderen ideellen Wertschätzung, sondern schlicht auch einfach ihren geringen Stückzahlen (der geringen „Auflage“) geschuldet.¹³⁶ Im Endeffekt handelt sich daher bei Anwendung der Kategorie des Vintage Prints jedenfalls teilweise auch um eine Art „nachträglicher Auflagenlimitierung“ mit dem Ziel, den Wert des einzelnen Objektes zu steigern.¹³⁷

(dd) Die „Estate Prints“ bzw. „Posthumous Prints“

Eine weitere gängige Praxis (insbesondere bei bereits verstorbenen Fotografen) liegt darin, dass die jetzigen Rechteinhaber neue Abzüge von begehrten Motiven herausgegeben. Häufig sind diese Rechteinhaber die Erben,¹³⁸ denen die Urheberrechte als Teil des Nachlasses („estate“; daher auch „Estate Prints“) zustehen, oder Bildagenturen. Bei letzteren gilt, dass US-amerikanische Agenturen aufgrund der amerikanischen Rechtslage regelmäßig die Rechte an den Archivbildern haben. Anderes gilt im Geltungsbereich des

ist für die Vergleichbarkeit von Ergebnissen zwischen verschiedenen Auktionshäusern natürlich besser geeignet, wobei sich die Courtagestruktur zwischen den großen Auktionshäusern auch nur unwesentlich unterscheidet.

133 Vgl. Sotheby's, Los 26, Auktion vom 14. Oktober 2008 in New York; im Internetarchiv von Sotheby's abrufbar unter: <http://www.sothebys.com/de/auctions/ecatalogue/2008/photographs-n08475/lot.26.html>, abgerufen am 01.06.2016.

134 Vgl. Christie's Los 407, Auktion 2304 vom 15. April 2010 in New York; im Internetarchiv von Christie's abrufbar unter: http://www.christies.com/lotfinder/ansel-adams-moon-rise-hernandez-new-mexico-c/5304164/lot/lot_details.aspx?from=searchresults&intObjectID=5304164&sid=ab4c36b5-3ee8-46ed-b3d2-b371955b22b5, abgerufen am 01.06.2016.

135 Vgl. Sotheby's, Los 247, Auktion vom 21. Juni 2010 in New York; im Internetarchiv von Sotheby's abrufbar unter: <http://www.sothebys.com/de/catalogues/ecatalogue.html/2010/photographs-from-the-polaroid-collection-n08649#/r=/de/ecat.fhtml.N08649.html+r.m=/de/ecat.lot.N08649.html/247/>, abgerufen am 01.06.2016.

136 Vgl. auch *Ganteführer-Trier*, art value (Ausgabe 10) 2012, 58 (60).

137 Zu diesem Gedanken vgl. auch unten bei B.IV, S. 97 und C.IV, S. 170.

138 *Smyth*, *British Journal of Photography*, The numbers game (Internetquelle).

UrhG, für das der Bundesgerichtshof entschieden hat, dass einer Bildagentur im Zweifel (unter Verweis auf den aus § 31 Abs. 5 UrhG fließenden „Zweckübertragungsgrundsatz“¹³⁹) nicht einmal das Eigentum an den Abzügen übertragen wird und auch die Einräumung von Nutzungsrechten jederzeit kündbar ist.¹⁴⁰ Solche zeitgenössischen Nachauflagen bzw. „Nachlassabzüge“¹⁴¹ werden normalerweise wie zeitgenössische Fotografien behandelt und daher auch in limitierten Auflagen abgezogen. Der Begriff „Vintage“ ist in Bezug auf solche Auflagen natürlich eindeutig unzutreffend und muss von seriösen Händlern vermieden werden.¹⁴²

c) Zusammenfassung

Grundsätzlich lässt sich der Markt für historische Fotografie so zusammenfassen, dass zunächst die Güter geschaffen wurden, sich ein echter Markt, der an der künstlerischen Aussage der Fotografien interessiert ist, jedoch erst *im Nachhinein* gebildet hat. Entsprechend fehlt den Waren dieses Markts die Transparenz z. B. in Bezug auf die Auflagenhöhe, die später so wichtig geworden ist.

Entscheidend auch für den weiteren Fortgang dieser Arbeit ist, dass sich der Markt für historische Fotografie von dem Markt für zeitgenössische Fotografie aufgrund der historischen Entwicklung ganz grundlegend unterscheidet. Im gleichen Maße gelten für die verschiedenen Bereiche unterschiedliche Marktgepflogenheiten. Man muss daher bei der Auseinandersetzung mit dem Markt für Fotokunst immer streng zwischen historischer

139 D.h. dem Grundsatz, wonach – aufgrund des Schutzzwecks des Urheberrechts – der Urheber Rechte an seinen Werken im Zweifel nur so weit einräumt, wie zur Erreichung des Vertragszwecks unbedingt notwendig ist. Näheres z. B. bei *Wandtke/Grunert*, in: *Wandtke/Bullinger*, § 31 Rn. 39 ff. Der BGH verwendet den Begriff „Zweckübertragungsregel“. Unter anderem *Wandtke/Grunert*, in: *Wandtke/Bullinger*, § 31 Rn. 39 ff. plädieren für „Zweckeinräumungsregel“ oder „Vertragszwecktheorie“. Von „Übertragungszwecktheorie“ spricht *Soppe*, in: *BeckOK UrhR*, § 31 Rn. 89 ff.

140 BGH GRUR 2007, 693 (Archivfotos) = NJW-RR 2007, 1530. Wobei der klagende Fotograf anschließend noch eine weitere Klage auf Schadensersatz anstrengen musste, da die 437 Negative nicht mehr auffindbar waren. Eine Einigung zwischen den Parteien erfolgte erst im Januar 2013. Diese Einigung enthält nach öffentlichen Verlautbarungen auch die Vereinbarung, dass der Fotograf trotz einer Schadensersatzzahlung Eigentümer der (verschwundenen) Negative (und wohl auch Inhaber der Nutzungsrechte) bleibt. Vgl. die Meldung in *Photonews* 4/2013, 7.

141 *Hamann*, UFITA 90/1981, 45 (55).

142 Vgl. zu dieser Praxis der Herstellung von Nachauflagen auch *Ganteführer-Trier*, *Photonews* September 2009, 4.

und zeitgenössischer Fotografie trennen,¹⁴³ da teilweise die Gemeinsamkeiten der Märkte aufgrund dessen, dass es sich um dasselbe Medium handelt, deutlich hinter die gravierenden Unterschiede in der Marktpraxis zurücktreten. Selbst wenn es für einzelne Werke mitunter Schwierigkeiten bei der Zuordnung zu einer der beiden Gruppen geben kann, so ist doch für die Mehrzahl der Werke eine solche Zuordnung eindeutig zu treffen und erleichtert die korrekte Abschätzung der dem konkreten Werkstück entgegengebrachten Markterwartungen.

Für die Ziele dieser Arbeit bleibt außerdem festzuhalten, dass die Begriffe „Vintage Print“, „Later Prints“ etc. nicht mit dem urheberrechtlichen Originalbegriff¹⁴⁴ zu verwechseln sind.¹⁴⁵ Nimmt man bei der Ausfüllung des urheberrechtlichen Originalbegriffs Rücksicht auf die Verkehrsanschauung,¹⁴⁶ so können in diesem Zusammenhang die Wertschätzung von z. B. Vintage Prints und die Anforderungen, die von den Verkehrskreisen an sie gestellt werden, berücksichtigt werden. Dies ändert aber nichts daran, dass der urheberrechtliche Originalbegriff eine eigene Zielsetzung verfolgt und daher grundsätzlich autonom zu bestimmen ist.

2. Fotografie nach 1970 (sog. „zeitgenössische Fotografie“)

Ungefähr ab dem Jahr 1970 begann sich ein breiter Markt für Kunstfotografie – zunächst in den USA, später auch in Europa – langsam zu entwickeln.¹⁴⁷ Deutlich wird dies z. B. daran, dass das Auktionshaus Sotheby's 1971 zum ersten Mal eine Fotoauktion durchführte.¹⁴⁸ Eine erste Fotoauktion in Deutschland, die ausschließlich diesem Medium galt, veranstaltete das Auktionshaus Lempertz im Jahre 1976.¹⁴⁹ Im gleichen Jahr wurde die Zeitschrift „printletter“ in Zürich gegründet, die sich der Unterstützung des sich gerade entwickelnden europäischen Fotokunstmarkts verschrieb.¹⁵⁰ Ebenfalls 1976 begannen Bernd und Hilla Becher an der Kunstakademie Düssel-

143 In diesem Sinne auch *Mercker*, in: Was kostet Kunst?, 39. Wohl auch *Klein*, art value (Ausgabe 10) 2012, 52 (53).

144 Zu diesem vgl. unten C, S. 101.

145 Anders wohl *Mosimann*, in: Kunst & Recht, 17 ff., der nur „Vintage Prints“ als urheberrechtliche Originale ansieht und die Begriffe scheinbar synonym verwendet.

146 Ausführlich insbesondere unten bei C.II.4, S. 118 sowie C.II.5, S. 121.

147 Vgl. für eine umfassende Darstellung dieser Entwicklung *Pitnick*, Black & White Magazine June 2002, 58 und *Alexander*, in: Neue Geschichte der Fotografie, 695 ff.

148 *Boll*, Kunst ist käuflich, 104; *Polte*, art value (Ausgabe 10) 2012, 27 (27 Fn. 3).

149 *Boll*, Kunst ist käuflich, 104 f.

150 Vgl. das Editorial zur ersten Ausgabe *Misani*, Printletter 1976, 1.

dorf ihre Fotografiekategorie, welche den Nukleus für die heute weltweit bedeutenden deutschen Vertreter der zeitgenössischen Fotokunst bilden sollte und Düsseldorf zu einem Zentrum zeitgenössischer Fotografie machte.¹⁵¹ Die bedeutende Kunstmesse „Art Basel“ widmete im Jahre 1994 der Fotografie zum ersten Mal einen eigenen Bereich.¹⁵²

- a) Gründe für die rasante Entwicklung des Markts für Fotokunst ab ca. 1970

Warum es gerade zu dieser Zeit zu einem exponentiellen Wachstum des Markts für Fotokunst kam, ist naturgemäß schwierig zu sagen.¹⁵³ Ein einzelner Auslöser für die rasante Entwicklung des Fotomarkts ab genau diesem Zeitpunkt kann nicht ohne Weiteres ausgemacht werden. Vielmehr ist anzunehmen, dass es sich um ein multikausales Phänomen handelt, dessen Ausgangspunkt wiederum bei Protagonisten der historischen Fotografie wie Alfred Stieglitz, Ansel Adams und Edward Steichen gesucht werden muss.

- (1) Die Ausstellung „Family of Man“ (1955)

Die praktische wie theoretische Vorarbeit von Stieglitz, Adams und anderen hatte zunächst in einigen kleinen Kreisen das Bewusstsein für Fotografie als Kunstform geschärft. Auch das New Yorker „Museum of Modern Art“ hatte (im Gegensatz zu vielen anderen Institutionen) frühzeitig die künstlerische Bedeutung der Fotografie erkannt und durch Einrichtung einer entsprechenden Abteilung im Jahre 1940 gefördert sowie das öffentliche Bewusstsein für das neue Medium durch Veranstaltungen wie z. B. die Ausstellung „Family of Man“ im Jahre 1955¹⁵⁴ geschärft.¹⁵⁵ Für diese Ausstellung hatte der Foto-

151 Die Professur an der Kunstakademie hatte offiziell nur Bernd Becher inne. Das Paar arbeitete und lehrte jedoch in der Regel gemeinschaftlich. Vgl. insoweit auch den Wikipedia-Artikel „Bernd und Hilla Becher“, https://de.wikipedia.org/wiki/Bernd_und_Hilla_Becher, abgerufen am 01.06.2016.

152 Hoffmann, FAS vom 4. Juni 2006, 49.

153 Bereits die Zeitzeugen stellten sich diese Frage. Vgl. Dennis/Dennis, *Collecting Photographs*, 55: „But why this major takeoff for photography in the mid-1970s?“.

154 Der Katalog zu dieser Ausstellung ist noch heute sehenswert: Mason, Jerry (Hrsg.), *The Family of Man – created by Edward Steichen for the Museum of Modern Art, 1955*; zur Rezeptionsgeschichte der Ausstellung vgl. auch Bauret, in: *Enzyklopädie Fotografie*, 130 f.; Hirsch, *Seizing the Light*, 354 f.; Back/Schmidt-Linsenhoff, *Family of Man*.

155 Pitnick, *Black & White Magazine* June 2002, 58 (62, 60).

graf Edward Steichen in seiner Eigenschaft als Kurator für Fotografie des „Museum of Modern Art“ eine Ausstellung von 503 Fotografien aus 68 Ländern zusammengetragen, die einen zeitgenössischen Überblick über die „Familie der Menschheit“ verschaffen sollten. Zum ersten Mal verschwamm in dieser Ausstellung die Grenze zwischen Reportagefotografie bzw. den Foto-strecken aus Illustrierten wie dem „Life Magazine“ und der Kunst.

In diesem Zusammenhang ist auch an die von dem Philosophen *George Dickie* formulierte „Institutionentheorie“ der Kunst zu denken, wonach die Einordnung von Objekten als „Kunst“ entscheidend davon abhängen soll, ob sie von den am Kunstbetrieb beteiligten *Institutionen* als solche anerkannt und präsentiert werden.¹⁵⁶ Plakativ lässt sich die Aussage *Dickies* so formulieren, dass „Kunst ist, was im Museum hängt“.¹⁵⁷ Selbst wenn man *Dickies* Institutionentheorie als nicht ausreichend für eine philosophische Erklärung der Kunst ansehen will,¹⁵⁸ so bleibt doch eine nicht unerhebliche und vor allem intuitive Überzeugungskraft von *Dickies* Argument. Für den Fall der „Family of Man“-Ausstellung lässt sich jedenfalls mit guten Gründen vermuten, dass die Präsentation der Fotografie im musealen Kontext des „Museum of Modern Art“ in der Wahrnehmung der breiten Bevölkerung einen erheblich aufwertenden Einfluss auf die Fotografie als Kunstform hatte.

(2) Neue Sehgewohnheiten

Nicht vergessen werden darf außerdem der Umstand, dass der visuelle Erfahrungsschatz der Bevölkerung sich in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts rasant gewandelt hatte.¹⁵⁹ Während für die Menschen an der Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert Visualisierungen z. B. in Tageszeitungen oder Büchern und damit auch die visuelle Kompetenz dieser Personen noch hauptsächlich durch Zeichnungen, Stiche oder Gemälde bestimmt waren, kam es mit Aufkommen der ersten fotografisch illustrierten Zeitschriften zu einem Wandel. So erschien im Jahre 1936 zum ersten Mal das amerikanische „Life Magazine“ und setzte damit neue Maßstäbe für den Fotojournalismus, der ursprünglich eine europäische Erfindung gewesen war.¹⁶⁰ Mehrseitige Foto-reportagen wurden zum Erkennungszeichen des Magazins und begründeten eine völlig neue Form der Berichterstattung. Gleichzeitig prägten die Zeit-

156 *Dickie*, *Art and the Aesthetic*, insbes. 19 ff., 147 ff.

157 *Bertram*, *Kunst*, 34.

158 Wie etwa *Bertram*, *Kunst*, 34 f.

159 *Alexander*, in: *Neue Geschichte der Fotografie*, 695 f.

160 *Newhall*, *Geschichte der Photographie*, 269 ff.; *Noble*, *Collecting Photographs*, 40 ff.

schrift und ihre vielfältigen Nachahmer die Sehgewohnheiten der breiten Bevölkerungsschichten, die nun insbesondere von der Fotografie bestimmt wurden.¹⁶¹ Die „ästhetische Schulung“ einer ganzen Bevölkerung durch neue Medien wie insbesondere das „Life Magazine“ führte in der Folge dazu, dass diese Generation (im Unterschied zu der noch durch Malerei geprägten Elterngeneration) das Medium Fotografie auch im künstlerischen Bereich als das Medium ihrer Zeit identifizierte.¹⁶²

Es ist anzunehmen, dass die aggregierte Wirkung der oben genannten Faktoren schließlich Anfang der 1970er Jahre dazu führte, dass diese „fotografische Generation“ schließlich auch ihre ästhetischen Bedürfnisse mit der Fotografie befriedigen wollte und für eine entsprechende Nachfrage auf dem Kunstmarkt sorgte.¹⁶³ Ein vorteilhafter Nebeneffekt war sicherlich auch, dass die Fotografie, verglichen z. B. mit der Malerei, zu jenem Zeitpunkt noch eine sehr günstige Möglichkeit war, in das Sammeln von Kunst einzusteigen,¹⁶⁴ handelte es sich doch damals bei dem Markt für Fotokunst noch um einen „Käufermarkt“^{165, 166}

Der initiale Nachfrageaufschwung der 1970er Jahre wird in den folgenden Jahren zu einem sich selbst verstärkenden Effekt,¹⁶⁷ bei dem Preissteigerungen im Bereich der Fotokunst weitere Interessenten anlocken und der gesamte Sektor einen unerwarteten¹⁶⁸ und im Großen und Ganzen bis heute andauernden Aufschwung erfährt.

(3) Rückwirkungen der neuen Wertschätzung auf das Medium Fotografie

Die Anerkennung bzw. „Entdeckung“ der Fotografie als sammelwürdige Kunstform um das Jahr 1970 wirkt aber auch auf das Medium zurück. Das neu entstandene Interesse erzeugt eine Sogwirkung, welche die Zahl der er-

161 Vgl. zu diesem Erklärungsansatz *Pitnick*, *Black & White Magazine* June 2002, 58 (62 f.).

162 *Alexander*, in: *Neue Geschichte der Fotografie*, 695 f.; *Dennis/Dennis*, *Collecting Photographs*, viii f.; *Pitnick*, *Black & White Magazine* June 2002, 58 (62 f.); auch *Noble*, *Collecting Photographs*, 54.

163 Vgl. *Pitnick*, *Black & White Magazine* June 2002, 58 (64 f.).

164 Vgl. die Aussage von *Steve Perloff* bei *Pitnick*, *Black & White Magazine* June 2002, 58 (64) sowie *Dennis/Dennis*, *Collecting Photographs*, 56 ff.

165 Mit einem „Käufermarkt“ bezeichnet man eine Marktsituation in der die Käufer die Vertragsbedingungen diktieren können. Die Gründe hierfür können unterschiedlich sein und z. B. darin liegen, dass das Angebot größer ist als die Nachfrage.

166 *Stein Greben*, *Artnews* February 2003, 108 (110).

167 Von „momentum“ spricht *Joshua Mann Paillet* bei *Pitnick*, *Black & White Magazine* June 2002, 58 (64).

168 Vgl. das Zitat von *Weston Naef* bei *Stein Greben*, *Artnews* February 2003, 108 (109).

klärten Fotokünstler drastisch steigert¹⁶⁹ und gleichzeitig deren Selbstverständnis und fotografische Konzepte sowie Praktiken beeinflusst.¹⁷⁰ So geht die Entwicklung des Markts für Fotokunst in den 1970er Jahren auch unmittelbar mit der Einführung der limitierten Auflage in der Fotokunst einher.¹⁷¹ Man spricht ab diesem Zeitpunkt auch von „zeitgenössischer Fotografie“.¹⁷² Der Schwerpunkt des Markts für Fotokunst liegt nicht mehr auf Fotografien, die gewissermaßen von den Sammlern „als Kunst“ entdeckt wurden. Vielmehr bildet sich die grundsätzliche Anerkennung der Fotografie als Kunstform heraus, sodass Künstler anfangen, Fotografien explizit „als Kunst“ zu produzieren und sie somit letztlich für einen *bereits existierenden Markt* herzustellen. Das Bewusstsein, die Fotografien einem bestimmten Markt anzubieten, führt aufseiten der Künstler dazu, auch die Ansprüche bzw. Gepflogenheiten dieses Markts anzuerkennen und selbst einzuhalten.

b) Zusammenfassung: Die Bedeutung der Auflagenlimitierung

Den entscheidenden Unterscheid zwischen den beiden Segmenten des Fotomarkts kann man auch so formulieren, dass für den Markt der historischen Fotografie häufig die *Artefaktqualität* des einzelnen Abzugs im Zentrum der Wertschätzung steht, wohingegen es sich beim Abzug im Bereich der zeitgenössischen Fotografie regelmäßig um ein *durchkonzeptioniertes Kunstmarktprodukt* handelt.¹⁷³

Während es somit aus der Zeit von vor 1970 praktisch keine Fotografien gibt, die als limitierte Auflage geschaffen wurden, gibt es ab 1970 immer mehr Fotografien in limitierten Auflagen, bis letztlich heutzutage eine Fotografie, die nicht als limitierte Auflage angeboten wird, praktisch undenkbar geworden ist.¹⁷⁴

169 Vgl. Hirsch, *Seizing the Light*, 389 ff.

170 *Docquiert*, in: Enzyklopädie Fotografie, 191.

171 Vgl. insoweit die zeitgenössischen Beobachtungen bei Hamann, *Film und Recht* 1976, 667; Hamann, UFITA 90/1981, 45 (56).

172 Für viele vgl. z. B. Klein, *art value* (Ausgabe 10) 2012, 52 (53); Vogel, in: Schrickler/Loewenheim, § 44 Rn. 27. Letztlich handelt es sich hierbei um einen genauso schlechten oder zumindest unscharfen Begriff wie den der „zeitgenössischen Kunst“, da der Begriff den Anachronismus ja geradezu in sich trägt.

173 Diese durchaus plakative Formulierung ist an dieser Stelle notwendig, um den entscheidenden Unterschied herauszuarbeiten. Es sollte sich von selbst verstehen, dass der zugrunde liegenden künstlerischen Intention hiermit kein Abbruch getan werden soll.

174 Vgl. Badger, *Collecting*, 73 f.; Badger, *Genius of Photography*, 205; Noble, *Collecting Photographs*, 196; Phillips, *Contemporary Photography*, 18 ff; Smyth, *British Journal of Photography*, *The numbers game* (Internetquelle); weiterhin auch Finkel, *Fotogeschichte*

Deutlich wird jedoch, dass sich die „Sehnsucht“ des Markts nach Exklusivität und kleinen Stückzahlen auch auf den Bereich der historischen Fotografie erstreckt. Zwar kann man hier im Regelfall nicht nachträglich eine limitierte Auflage herstellen, jedoch hat der Begriff des „Vintage Print“ bzw. die Unterscheidung zwischen Vintage Prints und Later Prints eine sehr ähnliche Funktion. Die Bevorzugung von Vintage Prints wird zwar häufig mit der besonderen Nähe zum Künstler oder auch Vorteilen des Materials begründet.¹⁷⁵ Ein entscheidender Vorzug von Vintage Prints ist jedoch auch stets, dass es sie nur in einer begrenzten und regelmäßig sehr niedrigen Anzahl gibt.¹⁷⁶ Die *quantitative* Begrenzung (man kann die Zahl der Vintage Prints definitionsgemäß nicht nachträglich erhöhen) und das geringe Angebot sind jedoch Eigenschaften, die eben auch eine Auflagenlimitierung kennzeichnen, wie sie in der zeitgenössischen Fotokunst üblich ist.

Mit dem Aufkommen der limitierten Auflagen werden in der zeitgenössischen Fotografie folgerichtig „Hilfsbegriffe“ wie „Vintage Print“ überflüssig.¹⁷⁷ Zwar werden teilweise auch zeitgenössische Fotografien mit den Begriffen „Vintage“ etc. versehen, doch enthält dieser Begriff für zeitgenössische Fotos keinen Informations*mehrwert*. Wird eine Fotografie aus dem Jahr 2005 als „Vintage“ deklariert, so hat dies deswegen keine wesentliche Bedeutung, da auch ein im Jahre 2015 hergestellter Abzug nach den gängigen Definitionen des „Vintage“-Begriffs noch durchaus als Vintage Print bezeichnet werden könnte. Es ergibt sich somit durch die Verwendung des Begriffs (jedenfalls zum jetzigen Zeitpunkt) noch überhaupt kein Unterscheidungskriterium. Der Begriff des „Vintage“ als abgrenzender und wertbildender Faktor ist nur sinnvoll, wenn man ihm andere Abzüge mit Begriffen wie „Later Print“ entgegenstellen kann. Können von einem Foto definitionsgemäß überhaupt *nur* „Vintages“ existieren, verliert der Begriff seine ihm zugedachte unterscheidende und den Markt segmentierende Bedeutung.

Es bleibt dann die Frage, was in der zeitgenössischen Fotografie als „Authentizität“¹⁷⁸ oder auch mit *Benjamin* als „Aura“¹⁷⁹ bezeichnet werden kann bzw. was bei einer zeitgenössischen Fotografie die Authentizität und Aura

105/2007, 59; *González*, *Kunstinvestment*, 269 f.; *Mercker*, in: *Original und Fälschung*, 69 f.; *Mercker*, in: *Was kostet Kunst?*, 37, 41.

175 Vgl. oben B.I.1.b)(2), S. 44.

176 Vgl. oben das Beispiel von Ansel Adams' „Moonrise, Hernandez, New Mexico 1941“ unter B.I.1.b)(2)(cc), S. 46.

177 *Ganteführer-Trier*, *art value* (Ausgabe 10) 2012, 58 (60 f.); *Maafßen*, *PROFIFOTO* 5/2007, 69; *Mercker*, in: *Original und Fälschung*, 69; *Vogel*, in: *Schricker/Loewenheim*, § 44 Rn. 27.

178 *Mercker*, *FAZ* vom 2. April 2005, 49; sinngemäß wohl auch *Bullinger*, *KUR* 2006, 106 (111).

179 Vgl. oben A.

ausmacht. Hiermit verknüpft ist die Frage, ob es sich um eine *Original*fotografie im urheberrechtlichen Sinne handelt.¹⁸⁰ Im Unterschied zu früher produziert der zeitgenössische Künstler seine Abzüge bewusst für den Fotomarkt.¹⁸¹ Nachträgliche Hilfskonstruktionen zur Bewertung der Authentizität sind daher entbehrlich. Vielmehr können sich die Anforderungen an die Authentizität des fotografischen Werks am Kunstmarkt in einem Wechselspiel zwischen Anbietern (Künstlern) und Nachfragern (Sammlern) sowie der Intermediäre bilden.

Als das bedeutsamste und scheinbar fast allgemein akzeptierte Merkmal der „Authentizität“ zeitgenössischer Fotografie hat sich neben der Signatur des Künstlers die limitierte Auflage etabliert.¹⁸² War diese im Bereich der Druckgrafik, aus dem sie ursprünglich stammt, zumindest zum Teil in der Tatsache begründet, dass sich Druckplatten abnutzten und somit die Qualität der Abzüge mit der Anzahl der ausgeführten Blätter abnahm, so hat die Limitierung im Bereich der Fotografie keine solche in praktischen Notwendigkeiten begründete Grundlage. Sie ist stattdessen ein reines „Marketing-Tool“¹⁸³ bzw. eben die Möglichkeit, Exklusivität und Aura (künstlich) zu erzeugen. Dass ein zeitgenössischer Fotokünstler, der sich auf dem Kunstmarkt behaupten will, die Auflagen seiner Werke nicht limitiert, erscheint einem Großteil der Marktbeobachter nahezu undenkbar.¹⁸⁴

3. Digitale Fotografie (ab ca. 2000)

Etwa ab dem Jahr 2000 kommt es in der zeitgenössischen Fotografie zu einem weiteren tiefgreifenden Umbruch. Die bislang gebräuchliche *analoge* Fototechnik unter Verwendung eines lichtempfindlichen Films wird in den meisten Bereichen sukzessive durch digitale Techniken verdrängt bzw. zumindest ergänzt.¹⁸⁵ Vor allem in den Fotokameras selbst wird zunehmend der lichtempfindliche Negativfilm durch einen lichtempfindlichen Chip ersetzt. Das Bild ist nicht mehr unmittelbar physisch im Negativ manifes-

180 Dazu ausführlich unten C, S. 101.

181 Vgl. *Mercker*, in: *Original und Fälschung*, 69.

182 Die Auflagenlimitierung wurde wohl zunächst bei sogenannten „Portfolios“ eingeführt. Vgl. für eine zeitgenössische Stellungnahme *Dennis/Dennis*, *Collecting Photographs*, 107 ff.

183 *Finkel*, *Fotogeschichte* 105/2007, 59 (61). Ähnlich *Benhamou-Huet*, *The Worth of Art*, 112 f.

184 Vgl. *Badger*, *Collecting*, 73 f.; *Bauschke*, *FAZ* v. 22.08.2015, 15; *Finkel*, *Fotogeschichte* 105/2007, 59; *Mercker*, in: *Original und Fälschung*, 69 f.; sinngemäß auch *Ganteführer-Trier*, *Photonews* September 2009, 4. Vgl. auch *Klein*, *art value* (Ausgabe 10) 2012, 52 (54).

185 Vgl. hierzu z. B. *Hempel*, in: *Hoeren/Nielen*, Rn. 29 ff.

tiert, sondern elektronisch auf einem Chip gespeichert. Durch die Möglichkeit, das Ergebnis des fotografischen Prozesses am Computer (statt in der Dunkelkammer) zu bearbeiten, ergeben sich vielfältige neue künstlerische Möglichkeiten.¹⁸⁶ Gleichzeitig wird die Produktion hochwertiger Fotografien mithilfe darauf spezialisierter Labore zunehmend einfacher und preiswerter. Die manuelle Herstellung von Papierabzügen in der eigenen Dunkelkammer – wie sie z. B. für Ansel Adams üblich war – ist jedoch aufgrund der im Bereich der digitalen Fotografie dafür benötigten Technik geradezu unerschwinglich und bleibt damit wohl nur eine theoretische Möglichkeit.

Bei der Herstellung von Fotografien kommt es außerdem zu Mischformen, wenn Künstler wie z. B. Gregory Crewdson¹⁸⁷ Fotografien analog mit einer Plattenkamera aufnehmen, die Bilder dann digitalisieren (scannen), am Computer aus den gescannten Vorlagen ein neues „kompiliertes“ Foto zusammenstellen (zum Beispiel, um eine möglichst perfekte Tiefenschärfe über das gesamte Foto hinweg zu erzielen) und dieses dann drucken lassen.¹⁸⁸

Wieder andere – auch rechtliche – Probleme können sich durch die Digitalisierung auch für eigentlich als abgeschlossen geltende Werke ergeben. So hat der kanadische Fotokünstler Jeff Wall sein 1988 hergestelltes Werk „Eviction Struggle“ im Jahre 2004 mittels digitaler Technik und der alten Negative noch einmal neu „komponiert“. Die ursprüngliche, suburbane Straßenszene wurde dabei durch Hinzufügung bzw. Entfernung von Personen und Fahrzeugen deutlich sichtbar verändert. Zudem gab Wall dem neuen Foto auch einen leicht veränderten Titel: „An Eviction“. Wall begründete sein Vorgehen damit, dass ihm die neuen digitalen Techniken die Möglichkeit gegeben hätten, das Bild so zu komponieren, wie er es schon 1988 eigentlich geplant hatte, damals aber technisch nicht realisieren konnte, und erklärte die Version von 2004 zur „endgültigen Fassung“.¹⁸⁹

Ob diese „technische Revolution“ der Digitalisierung von Fotografie jedoch auch Änderungen in den grundsätzlichen juristischen und ökonomischen Bewertungsmaßstäben für Fotokunst mit sich bringt,¹⁹⁰ ist jedenfalls in denjenigen Fällen äußerst fraglich, in denen am Ende – wie häufig –

186 Vgl. zu diesem Phänomen auch *Badger*, *Pleasure of Photographs*, 234 ff.

187 Mit einem ähnlichen Verfahren arbeiten auch Jeff Wall sowie Andreas Gursky.

188 Vgl. *Badger*, *Pleasure of Photographs*, 239.

189 Eine Schilderung dieses Falls und auch die Aussage von Jeff Wall finden sich in einem Faltblatt der Münchener Pinakothek der Moderne, in deren Sammlung sich beide Fotografien befinden. Zu dieser Problematik auch *Mercker*, in: *Was kostet Kunst?*, 39.

190 Vgl. zur Einführung in die Problematik *Maßen*, ZUM 1992, 338.

als Kunstwerk doch wieder ein mehr oder weniger „herkömmlicher“ Papierabzug steht.¹⁹¹

4. Zum Zustand des Markts für Fotokunst im Jahre 2015

Seit den siebziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts hat die Fotokunst eine beachtliche Erfolgsgeschichte erfahren. Von einem Medium, dessen grundsätzliche Qualität als „Kunst“ zunächst umstritten war,¹⁹² ist sie zu einem der künstlerischen Leitmedien unserer Gegenwart aufgestiegen.¹⁹³ Sowohl auf Angebots- wie auf Nachfrageseite ist es zahlenmäßig zu einer beispiellosen Ausweitung gekommen. Dies sei kurz an einigen Zahlen der vergangenen Jahre dargestellt:

Im Jahr 2013 machte der Handel mit Fotografie 1,2 % des weltweiten Umsatzes bei Kunstauktionen und 4 % aller Lose aus.¹⁹⁴ Gemälde kamen demgegenüber auf einen Anteil an den Losen von 37 % und einen Erlösanteil von 54 %.¹⁹⁵ Dieser vergleichsweise geringe relative Anteil darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass in den letzten zehn Jahren die Preise für Fotografie im Schnitt um 25 % anzogen.¹⁹⁶ Weiterhin wurden 2013 insgesamt 33 Lose der Fotografie für mehr als 500.000 USD zugeschlagen, wobei die meisten aus dem Bereich der zeitgenössischen Fotografie stammten.¹⁹⁷ Um die Jahrtausendwende erzielten nur ein bis zwei Lose aus dem Bereich der Fotografie derart hohe Bewertungen.¹⁹⁸ Insgesamt steigerte sich der Jahresumsatz mit Fotografien in der Zeit von 1998 bis 2008 um 1.270 %.¹⁹⁹

Inzwischen haben mehrere Fotografien auf Auktionen die Grenze von 3 Mio. USD durchbrochen.²⁰⁰ Diese Auktionsrekorde in der Fotografie werden auch regelmäßig von einem entsprechenden Medienecho begleitet, was

191 Ausführlicher unten bei C.II.9.c), S. 149.

192 Eine weitere lesenswerte Auseinandersetzung mit diesem Aspekt der Geschichte der Fotografie findet sich bei *Badger*, *Genius of Photography*, 15 ff.

193 *Hierholzer*, FAZ vom 13. März 2008, 52; *artprice.com* (Hrsg.), *The Art Market in 2013*, 66.

194 *artprice.com* (Hrsg.), *The Art Market in 2013*, 62.

195 *artprice.com* (Hrsg.), *The Art Market in 2013*, 63.

196 *artprice.com* (Hrsg.), *The Art Market in 2013*, 65.

197 *artprice.com* (Hrsg.), *The Art Market in 2013*, 65.

198 *artprice.com* (Hrsg.), *The Art Market in 2013*, 65.

199 *artprice.com* (Hrsg.), *Artprice Jahresbericht 2009/2010*, 27.

200 Eine relativ verlässliche und aktuelle Auflistung der Auktionsrekorde für Fotografie findet sich im Internet bei Wikipedia unter der Adresse: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_most_expensive_photographs, abgerufen am 01.06.2016.

mittelfristig das Interesse an diesem Medium und damit die Nachfrage weiter steigern dürfte.

Als teuerste Fotografie gilt derzeit „Phantom“ des australischen Naturfotografen Peter Lik. Im Dezember 2014 wurde durch eine Pressemitteilung seines Unternehmens bekannt, dass seine Naturfotografie des „Antilope Canyon“ in den USA im Rahmen eines Privatverkaufs von einem Sammler, dessen Name geheim gehalten wurde, für 6,5 Mio. USD gekauft wurde.²⁰¹ Derselbe Sammler soll noch zwei weitere Werke des Künstlers erworben haben, sodass der „Deal“ insgesamt ein Volumen von 10 Mio. USD erreichte. Das Werk ist eine Schwarz-Weiß-Version eines bereits unter dem Titel „Ghost“ in Farbe und einer Auflage von 950 Stück nebst 45 Artist's Prints veröffentlichten Fotos²⁰² von Lik und soll in dieser Form ein Unikat sein.²⁰³ Die Tatsache, dass der Preis im Rahmen eines Privatverkaufs erzielt wurde und auch das – nach Ansicht vieler Beobachter – vergleichsweise unspektakuläre Motiv lassen jedoch Zweifel zu, ob ein solcher Preis auf einer Auktion²⁰⁴ zu erzielen gewesen wäre.²⁰⁵ In einem Gespräch mit dem Informationsdienst „ArtNews“ erklärt Peter Lik, dass der Preis des Werks aufgrund der Überlegung zustande gekommen sei, dass er üblicherweise mit dem Verkauf einer Auflage (950 + 45 Artist's Prints) etwa 6 Mio. bis 8 Mio. USD Erlösen kann. Da „Phantom“ ein Unikat ist, sei also ein Preis in diesem Bereich „angemessen“ gewesen.²⁰⁶ Es bleibt die Frage offen, ob es sich hier nicht auch um einen geglückten „PR-Coup“ handeln könnte, der das Ziel hatte, die Nachfrage und das Preisniveau bezüglich der anderen Werke des

201 Die Pressemitteilung findet sich unter: <http://www.ibtimes.com/pulse/peter-lik-sells-most-expensive-photo-all-time-similar-images-available-online-free-1748119>, abgerufen am 01.06.2016.

202 <http://www.lik.com/thework/canyons-arches/ghost.html>, abgerufen am 01.06.2016.

203 So der „Director of Branding and Marketing“ des Künstlers gegenüber dem Informationsdienst ArtNews: *Duray*, Here's how Peter Lik priced that \$6.5 M. photograph (Internetquelle). Für weitere Hintergründe zu Peter Liks Geschäftsmodell vgl. auch den lesenswerten Artikel von *Segal, David*, Peter Lik's Recipe for Success: Sell Prints. Print Money., N.Y. Times vom 21.02.2015, im Internet abrufbar unter: http://www.nytimes.com/2015/02/22/business/peter-lik-recipe-for-success-sell-prints-print-money.html?_r=0, abgerufen am 01.06.2016.

204 Ähnlich *Duray*, Here's how Peter Lik priced that \$6.5 M. photograph (Internetquelle).

205 Eine vernichtende Kritik zu der Fotografie verfasst von *Jonathan Jones*, der in der Fotografie eine Rückfall in den „Piktorialismus“ des 19. Jahrhunderts erblickt, erschien im „Guardian“ und findet sich unter: <http://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2014/dec/10/most-expensive-photograph-ever-hackneyed-tasteless#gsc.tab=0>, abgerufen am 01.06.2016. Eine Replik von *Sean O'Hagan* ebenfalls erschienen im „Guardian“ findet sich unter: <http://www.theguardian.com/artanddesign/2014/dec/11/photography-is-art-sean-ohagan-jonathan-jones>, abgerufen am 01.06.2016.

206 *Duray*, Here's how Peter Lik priced that \$6.5 M. photograph (Internetquelle).

nun „teuersten Fotografen der Welt“ Peter Lik zu steigern, der im Übrigen seine Werke über eigene Galerien in der Art von LUMAS²⁰⁷ an die Käufer bringt.

Als teuerster und begehrtester Fotograf auf Auktionen gilt derzeit der Deutsche Andreas Gursky.²⁰⁸ Er hielt auch lange den Rekord für die wertvollste Fotografie. Sein aus einer Auflage von sechs Exemplaren entstammendes Werk „Rhein II“²⁰⁹ wurde am 8. November 2011 durch das Auktionshaus Christie's in New York zu einem Hammerpreis²¹⁰ von 3,8 Mio. USD zugeschlagen.²¹¹ Im Juni 2013 konnte sein Werk „Chicago Board of Trade III“ mit einem Zuschlagspreis von 2.154.500 britischen Pfund fast an diese Summe heranreichen.²¹² Ebenfalls zu den teuersten Fotografien aller Zeiten zählt zum einen sein Unikat „99 cent II“ (ein Diptychon) mit einem (umgerechneten) Hammerpreis von 2.946.450 USD, zum anderen die Fotografie „Los Angeles“ von 1998, die in einer Auflage von sechs Exemplaren hergestellt wurde (zugeschlagen für umgerechnet 2.561.520 USD). In einer „Top 10“-Aufzählung des Recherchedienstes „Artprice.com“ für Auktionsergebnisse zeitgenössischer Fotokunst im Jahr 2012 nimmt Andreas Gursky allein vier Positionen ein.²¹³

Was die Bedeutung im Hinblick auf Auktionsrekorde angeht, folgt Andreas Gursky die amerikanische Künstlerin Cindy Sherman. Für kurze Zeit konnte sie ebenfalls für sich beanspruchen, das teuerste Werk der Fotokunst geschaffen zu haben, als eine auf zehn Exemplare limitierte und unbetiteltete Fotografie²¹⁴ aus der sogenannten „Centerfold“-Serie aus dem Jahre

207 Zu LUMAS unten ausführlich bei B.I.5, S. 62.

208 *artprice.com* (Hrsg.), Deutschland auf dem Kunstmarkt 2012, 16 bezeichnet ihn als den „internationalen leader“.

209 Andreas Gursky, „Rhein II“, 1999, chromogenic color print face-mounted to Plexiglas, 185,4 x 363,5 cm (Abzug) bzw. 207 x 385,5 x 6,2 cm (insgesamt), 1/6; vgl. das Auktionsarchiv von Christie's im Internet unter: http://www.christies.com/LotFinder/lot_details.aspx?intObjectID=5496716, abgerufen am 01.06.2016.

210 Zum Begriff des „Hammerpreises“ vgl. oben Fn. 132.

211 Der Hammerpreis ist zitiert nach *Zeit*, FAZ vom 12. November 2011, 38.

212 Andreas Gursky, „Chicago Board of Trade III“, signed on a label affixed to the reverse, C-Print mounted on Plexiglas in artist's frame, image: 201 by 285 cm.; 79 by 112 1/4 in., overall: 223 by 307 cm.; 87 7/8 by 120 7/8 in., executed in 1999–2009, this work is number 2 from an edition of 6; vgl. das Auktionsarchiv von Sotheby's im Internet unter: <http://www.sothebys.com/en/auctions/ecatalogue/2013/contemporary-art-evening-auction-l13022/lot.26.html>, abgerufen am 01.06.2016.

213 *Artprice.com* (Hrsg.), *ArtMarketInsight* (23. November 2012), Top 10: Photography, abrufbar nach Log-in unter: <http://www.artprice.com>, abgerufen am 29.04.2016.

214 Cindy Sherman, „Untitled“, 1981, color coupler Print, 61 x 121,90 cm, 10/10; vgl. das Auktionsarchiv von Christie's im Internet unter: <http://www.christies.com/LotFinder/>

1981 zu einem Preis von 3,4 Mio. USD und somit fast dem doppelten Schätzpreis versteigert werden konnte.²¹⁵

Regelmäßig in den Aufzählungen der teuersten Fotokünstler tauchen auch Werke des Künstlerduos Gilbert & George auf. Deren collagenartige Zusammenstellung von 37 thematisch verknüpften Fotografien „To her Majesty“ aus dem Jahr 1973 erlöste bei Christie’s in London am 30. März 2008 einen Hammerpreis von umgerechnet 3.292.410 USD und galt damit ebenfalls eine Zeit lang als das wertvollste Werk der Fotokunst.²¹⁶ Das Werk ist für den zeitgenössischen Fotomarkt jedoch in zweierlei Hinsicht unrepräsentativ. Zum einen handelt es sich nicht um ein einzelnes Foto, sondern um eine umfangreiche, räumlich geordnete Zusammenstellung von Fotos, welche die selbsternannten „living-sculptures“ Gilbert und George bei einer Kneipentour zeigt. Man könnte das Werk daher auch durchaus dem Bereich der dokumentierten Performance und Konzeptkunst zuordnen. Zum anderen handelt es sich bei der Arbeit um ein Unikat.

Auch der Amerikaner Richard Prince taucht regelmäßig in den Listen der teuersten Fotografen auf.²¹⁷ So erzielte seine Fotografie „Cowboy“ aus den Jahren 2001/2002 in einer Auflage von „2 Exemplaren + 1 Artist’s Print“ einen Hammerpreis von 3 Mio. USD. Auch bei Richard Prince stellt sich jedoch die Frage, inwieweit er überhaupt dem Kernsegment der zeitgenössischen Fotokunst zuzuordnen ist. Seine Fotografien sind nämlich in der Regel keine von ihm neu geschaffenen Werke, sondern abfotografierte Ausschnitte anderer Fotografien (insbesondere von Werbeanzeigen),²¹⁸ was Richard Prince zu einem Vertreter der (urheberrechtlich nicht unproblematischen)²¹⁹

lot_details.aspx?from=salessummary&intObjectID=5437823&sid=a5268f72-ce7b-489a-9a33-05d750261dda, abgerufen am 01.06.2016.

215 *Zeit*, FAZ vom 14. Mai 2011, 35. Der Hammerpreis ist dem zitierten Beitrag entnommen.

216 Die zur besseren Vergleichbarkeit teilweise aus anderen Währungen in USD umgerechneten Hammerpreise und Informationen sind – soweit nicht anders angegeben – artprice.com, ArtMarketInsight (10. Juli 2010), The top 10 best auction results for Photography, abrufbar nach Log-in unter: <http://www.artprice.com>, abgerufen 01.06.2016, entnommen.

217 So auch bei *Badger*, *Genius of Photography*, 206.

218 So z. B. auch im Fall von „Cowboy“, bei dem es sich um einen Ausschnitt aus einer Werbung für Marlboro Zigaretten handelt. Für eine Abbildung vgl. *Blume Huttenlauch*, *Appropriation Art*, 208 (Abb. 15)

219 So wurde Richard Prince von einem Fotografen, dessen Werk er als Ausgangsmaterial verwendet hatte, in New York verklagt. In zweiter Instanz wurde Richard Prince durch das Berufungsgericht Recht gegeben, da die Verwendung der Vorlage unter die „fair use“-Doktrin falle. Vgl. die Berichterstattung in der Tagespresse: *Bahners, Patrick*, Die Kunst der Kopie – Richard Prince siegt vor Gericht, FAZ vom 30. April 2013, S. 30. Vgl. zu den urheberrechtlichen Fragen im Zusammenhang mit der „Appropriation Art“ die

„Appropriation Art“ macht, deren Vertreter ihre künstlerische Handlung in der (regelmäßig unveränderten) Neuherstellung bzw. Kopie bereits existierender Kunstwerke sehen.²²⁰ Der Kommentar eines prominenten Sammlers hierzu lautete: „I just think it is too bad that [...] the first [photograph] to sell at auction for more than \$ 1million is a photograph of another photograph.“²²¹

Neu in der Liga der wirtschaftlich erfolgreichsten Fotografen angekommen ist der kanadische Fotokünstler Jeff Wall. Seine enorme künstlerische Bedeutung ist seit Jahren unumstritten. Bislang hatte sich dies jedoch nicht in den Auktionspreisen seiner Werke niedergeschlagen. Dies hat sich 2012 geändert.²²² Sein Werk „Dead Troops Talk (A Vision after an Ambush of a Red Army Patrol, near Moqor, Afghanistan, Winter 1986)“ aus dem Jahr 1992 erzielte am 8. Mai 2012 bei Christie's in New York einen Hammerpreis von 3,2 Mio. USD.²²³ Die Fotografie (ein Positivdia in einem Leuchtkasten) existiert in einer Auflage von zwei Exemplaren und einem Artist's Print.²²⁴

Beachtenswert ist ebenfalls, dass sich im Jahr 2013 unter den 5 teuersten Fotografien nur ein Werk der *historischen* Fotografie befand: die Fotografie „The Pond, Moonlight“ von Edward Steichen aus dem Jahr 1904 (versteigert durch Sotheby's New York im Jahr 2006) mit 2,6 Mio. USD.²²⁵ Mittlerweile (2015) werden die „Top 5“ ausschließlich von zeitgenössischen Fotografen besetzt.

Lediglich eine interessante Anekdote stellt die Tatsache dar, dass das „teuerste Foto“ mitnichten auf dem Kunstmarkt gehandelt wurde, sondern es sich hierbei wohl um die erste Aufnahme der neugeborenen Zwillinge des US-amerikanischen Schauspielerehepaars Angelina Jolie und Brad Pitt

umfangreiche Arbeit von *Blume Huttenlauch*, *Appropriation Art*. Die Problematik nicht nur im rechtlichen, sondern auch kunsthistorischen Kontext aufarbeitend und insbesondere zum Urteil im Fall *Cariou v. Prince: Jayme*, Die Kopie als Original, dort insb. S. 15 f. Ebenfalls hierzu sowie mit einem weiteren Fallbeispiel: *Jayme*, *Bulletin Kunst & Recht* 2/2013-1/2014, 52 (72 ff.).

220 Für eine Einführung in diese Kunstform vgl. *Blume Huttenlauch*, *Appropriation Art*, 22 ff., 35 ff. Zur Wirkung der Appropriation Art auf den Originalbegriff auch *von Gruben*, *Entstellungsverbot*, 21.

221 *Paul Sacks* zitiert nach *Badger*, *Genius of Photography*, 220.

222 Ausführlich zum neuen wirtschaftlichen Erfolg der Arbeiten Jeff Walls: *artprice.com*, *The Art Price Annual Report 2011/2012*, 30 f.

223 *Dead Troops Talk (A vision after an ambush of a Red Army patrol, near Moqor, Afghanistan, winter 1986)*, transparency in lightbox, 229,2 x 417,2 cm: vgl. das Auktionsarchiv von Christie's im Internet unter: <http://www.christies.com/lotfinder/photographs/jeff-wall-dead-troops-talk-5559203-details.aspx>, abgerufen am 01.06.2016.

224 Vgl. das Auktionsarchiv von Christie's im Internet unter: <http://www.christies.com/lotfinder/photographs/jeff-wall-dead-troops-talk-5559203-details.aspx>, abgerufen am 01.06.2016.

225 http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_most_expensive_photographs, abgerufen am 01.06.2016.

handelt. Die Abdruckrechte für diese Fotografie wurden an die Zeitschriften „Hello“ und „People“ für 15 Mio. USD verkauft.²²⁶

Dieser kurze, kursorische Überblick zeigt zum einen, dass in finanzieller Hinsicht die zeitgenössische Fotografie die historische Fotografie jedenfalls im Hochpreissegment abgelöst hat. Weiterhin zeigt sich, dass die theoretisch unbegrenzte Möglichkeit zur Vervielfältigung der Erzielung von Höchstpreisen nicht entgegensteht. Dies gilt jedenfalls dann, wenn das Werk in einer limitierten Auflage erscheint bzw. bei der historischen Fotografie aus anderen Gründen nur in einer geringen Anzahl existiert (was eben insbesondere für die Vintage Prints gilt).

Festzuhalten ist auch, dass es sich bei solchen Werkstücken keineswegs um Unikate handeln muss. Vielmehr liegen die üblichen Auflagenhöhen für Werke im Hochpreissegment der zeitgenössischen Fotokunst regelmäßig immerhin im unteren einstelligen Bereich.

5. Ein bemerkenswertes Marktphänomen: LUMAS

Eine interessante Erscheinungsform des neu bestehenden Interesses an Fotokunst stellt die Galerienkette LUMAS dar.²²⁷ LUMAS wurde im Jahre 2004 gegründet und bezeichnet sich selbst als „Editionsgalerie“. Inzwischen betreibt das Unternehmen weltweit über 30 Verkaufsstätten und hat im Jahre 2009 13,5 Mio. Euro²²⁸ und im Jahre 2012 bereits 16,7 Mio. Euro Umsatz²²⁹ erzielt. Ein sehr ähnliches Geschäftsmodell verfolgt seit 2006 das Unternehmen YELLOWKORNER.²³⁰

Zum Konzept des Unternehmens gehört es nach eigener Aussage, die Hemmschwelle beim Kauf von Kunst zu senken, indem z. B. auch unkompliziert über das Internet bestellt werden kann.²³¹ Erklärtes Ziel der Unternehmensgründer ist es außerdem, Fotokunst „zu erschwinglichen Preisen“

226 *Wombell*, *Photonews* November 2008, 4 f. In diesem Zusammenhang interessant ist auch die Tendenz der englischen Gerichte, angesichts des hohen wirtschaftlichen Werts von z. B. Exklusivfotos von Berühmtheiten eine Art „Immaterialgüterrecht an Persönlichkeitslizenzen“ bei „Celebrities“ anzuerkennen; hierzu *Westkamp*, *ZVglRWiss* 110 (2011), 149 ff.

227 Zu LUMAS auch *Fricke*, in: *frame* # 1, 162 ff.

228 Pressemitteilung des Unternehmens „Die Editionsgalerie LUMAS wird fünf Jahre alt“ vom 25.11.2009.

229 Laut der Gründerin und Geschäftsführerin Stefanie Harig im Interview mit *Creditreform*; abrufbar im Internet: <http://creditreform-magazin.de/2013/09/02/erfolgreich/admin/unser-kunde-verliebt-sich/>, abgerufen am 01.06.2016.

230 <http://de.yellowkorner.com/>, abgerufen am 01.06.2016.

231 *Lorch*, *Weltkunst* 11, 2006, 44 (46).

anzubieten.²³² Erreicht wird dies durch relativ hohe Auflagen, die für den Markt etablierter Fotokunst eigentlich unüblich sind. LUMAS bietet im aktuellen Katalog²³³ die Werke entweder in Auflagen zu 75, 100, 150 oder 250 Stück an. Teilweise werden auch höhere und niedrigere Auflagen angeboten.²³⁴ Der Großteil der Fotografien scheint jedoch im dreistelligen Bereich limitiert zu sein. Interessant ist, dass einzelne Werke (als sogenannte „LUMAS MINIS“) auch als „small open edition“²³⁵ vertrieben werden. Der Zusatz „small“ bei einer „open edition“ lässt vielfältige Spielräume und erscheint im Hinblick auf seine Transparenz fragwürdig, jedoch spiegelt sich diese Uneindeutigkeit auch in dem (moderaten) Preis, beginnend bei 49 Euro pro Stück, wider.

Die Reaktionen von Künstlern wie auch Galeristen auf das neue Galeriekonzept waren insbesondere in der Anfangszeit von LUMAS von Skepsis geprägt. Teilweise ist diese Skepsis inzwischen zumindest der Erkenntnis gewichen, dass das Konzept bei den Kunden offenbar erfolgreich ist. Weniger bekannte Fotografen und Nachwuchskünstler scheinen LUMAS als Absatzmöglichkeit für ihre Schöpfungen wahrzunehmen, sodass die Galerie inzwischen Werke von rund 200 Künstlern im Programm hat.²³⁶ Andererseits ist z. B. die gestalterische Ähnlichkeit einiger von LUMAS angebotener Werkgruppen mit den Fotografien etablierter Fotokünstler nicht von der Hand zu weisen. Dieser Umstand war auch schon entsprechender Kritik ausgesetzt.²³⁷

232 So *Stefanie Harig* bei *Hoffmann*, FAS vom 4. Juni 2006, 49.

233 LUMAS Prospekt „10 Jahre LUMAS – 10 Jahre Freiheit für die Kunst“, zur Verfügung gestellt durch LUMAS im Februar 2015.

234 Ein Werk von *Damien Hirst* („Fort he love of God – Lenticular“, 180 x 120 cm) wird sogar in einer Auflage von 1.000 Stück angeboten.

235 So die Werke der Serie „LUMAS MINIS“, in denen die „best-seller“ einiger Künstler in einem kleinen Format auflegt werden. Zu einem früheren Zeitpunkt wurde auch noch zwischen „open edition“ und „small open edition“ differenziert. Dies scheint derzeit nicht mehr der Fall zu sein (Februar 2015).

236 Vgl. *Oberhuber*, FAS vom 4. Januar 2009, 32 sowie die Eigenwerbung auf der Internetseite von LUMAS <http://www.lumas.de/ueber-lumas/prinzip/>, abgerufen am 01.06.2016.

237 Siehe insoweit *Hanselle*, TAZ vom 21. Juni 2008, 11. Vgl. auch das bebilderte Fallbeispiel bei *Maaßen*, in: FS Pfennig, 147. In diesem Fall nahmen die Fotografen *Horst & Daniel Zielske* im Jahre 2002 die „Nanpu Bridge“ in Shanghai aus demselben erhöhten Blickwinkel und mit fast identischem Bildausschnitt bei Nacht auf, wie es im Jahre zuvor *Peter Bialobrzeski* ebenfalls getan hatte. Die Fotografie von *Bialobrzeski* wurde bei „World Press Photo“ ausgezeichnet. Die Fotografie von *Horst & Daniel Zielske* wird von LUMAS vertrieben. Eine Urheberrechtsverletzung liegt nicht vor, weil kein Urheberrechtsschutz für Bildmotive existiert, sofern sie nicht vom Fotografen extra für die Aufnahme kreiert wurden. Zu diesem Fall ebenfalls *Bullinger/Garbers-von Boehm*, GRUR 2008, 24 (29 f.).

In den meisten Fällen kosten die Fotografien bei LUMAS entsprechend den vergleichsweise hohen Auflagen mittlere dreistellige Beträge, wobei teilweise auch Preise im niedrigen vierstelligen Bereich verlangt werden.²³⁸

a) „Radha doing her nails by the pool“ von Stefanie Schneider

Die Fantasie der Kunden bei LUMAS beflügeln Geschichten wie die von Stefanie Schneider,²³⁹ einer Folkwang-Schülerin, welche eine der ersten Künstlerinnen im Sortiment von LUMAS war.²⁴⁰ Künstlerisch zeichnet sich ihr Werk vor allem durch die Verwendung abgelaufener Polaroidfilme aus, was zu einem starken Gelbstich bei den Fotografien führt. Ein Exemplar ihrer aus dem Jahr 1999 stammenden und damals bei LUMAS für (umgerechnet) 439 Euro verkauften Erstauflage²⁴¹ wurde 2006 bei dem Auktionshaus Christie's für nahezu 1.500 Euro versteigert.²⁴² Ein weiteres Werk konnte im Jahre 2008 ebenfalls bei Christie's für über 1.700 Euro versteigert werden.²⁴³ Zwischenzeitlich hatten sich Stefanie Schneider und LUMAS getrennt.²⁴⁴ Stefanie Schneider schien jedoch das Marketingkonzept von LUMAS teilweise beizubehalten. Wenngleich ihre Fotografien nunmehr von anderen Galerien in typischen einstelligen Auflagen vertrieben wurden, so konnte man auf ihrer Homepage auch noch „Minis“ ausgewählter Werke in einer „open edition“ für 49 Euro bestellen.²⁴⁵ Mittlerweile ist Stefanie Schneider (nach einer Pause von sieben Jahren)²⁴⁶ bei LUMAS wieder im Programm.²⁴⁷

Für die vorliegende Arbeit interessant ist auch das weitere „Editions-

238 Dies ist jedenfalls das Ergebnis eines Überblicks, den sich der Autor am 01.06.2016 auf der Internetseite von LUMAS machen konnte.

239 LUMAS stellt die Auktionsergebnisse auf seiner Internetseite wirksam heraus: <http://www.lumas.de/ueber-lumas/auktionsergebnisse/>, abgerufen am 01.06.2016.

240 Oberhuber, FAS vom 4. Januar 2009, 32.

241 Stefanie Schneider, „Radha Doing Her Nails by the Pool“, 1999, lambda colour print, 102 x 100 cm, 100/100; vgl. das Auktionsarchiv von Christie's im Internet unter http://www.christies.com/LotFinder/lot_details.aspx?intObjectID=4688124, zuletzt abgerufen am 01.06.2016.

242 Lorch, Weltkunst 11, 2006, 44 (50); Oberhuber, FAS vom 27. Juli 2008, 43.

243 Stefanie Schneider, „Daisy in Front of Trailer“, 2005, lambda colour print, 61,50 x 60 cm, 43/100; vgl. das Auktionsarchiv von Christie's im Internet unter http://www.christies.com/LotFinder/lot_details.aspx?intObjectID=5111154, abgerufen am 01.06.2016.

244 Langer, FAZ vom 2. Oktober 2009, 38.

245 <http://www.instantdreams.net/media/minis/minis.html>, abgerufen am 01.06.2016.

246 So die Künstlerin selbst in einem Werbevideo von LUMAS: <https://youtu.be/E0Mbo0uTXng>, abgerufen am 01.06.2016.

247 <http://www.lumas.de/search/?id=STEFANIE+SCHNEIDER&search=STEFANIE+SCHNEIDER>, abgerufen am 01.06.2016.

schicksal“ der besonders erfolgreichen Werke von Stefanie Schneider: Dasselbe Motiv,²⁴⁸ welches Gegenstand des bei Christie's 2006 versteigerten Werks „Radha doing her nails by the pool“ war, wird seit 2014 wieder von LUMAS, aber jetzt zum Preis von 3.339 Euro angeboten.²⁴⁹ Geändert hat sich der Titel, welcher nunmehr „Radha doing her nails“ lautet. Auch das Format liegt nicht mehr bei den ursprünglichen 102 x 100 cm, sondern wurde in 180 x 180 cm geändert. Die neue Auflage wird von LUMAS (erneut) als „Limited Edition, Auflage: 100“ angeboten. Die bestehenden anderen Auflagen werden im Angebotstext nicht erwähnt.²⁵⁰

Weiterhin findet man dasselbe Motiv²⁵¹ im Internet noch einmal zum Verkauf angeboten bei „Saatchi Art“ in einer Edition von 5 und 2 Artist's Prints für 1.000 USD in der Größe 7,9 x 7,9 inch (20 x 20 cm).²⁵² Angeboten wird dort der Artist's Print Nr. 1. Alle fünf Exemplare der Auflage von fünf seien bereits verkauft. Auch bei diesem Angebot wird nicht explizit auf andere, bereits bestehende Auflagen desselben Motivs hingewiesen.

Stefanie Schneiders Motive „Radha doing her nails by the pool“ und „Daisy in front of trailer“, welche Gegenstand der erfolgreichen Christie's Auktionen waren, wurden von ihr selbst auch noch (jedenfalls bis) 2011 als „Minis“ in einer „open edition“ für 49 Euro angeboten.²⁵³ Ein „Mini“ von „Radha doing her Nails by the Pool“ wird auch weiterhin von Stefanie Schneider auf ihrer eigenen Internetseite angeboten, allerdings kostet es mittlerweile 85 Euro.²⁵⁴

Letztlich deuten sich hier die Probleme bzw. Folgen einer fehlenden nachhaltigen „Editionsverwaltung“ an, insbesondere wenn ein Künstler die ihn vertretenden Galerien häufig wechselt bzw. auch zusätzliche Auflagen in Eigenregie vertreibt.

248 Soweit sich dies anhand von Fotos im Internet beurteilen lässt.

249 http://www.lumas.de/pictures/stefanie_schneider-2/radah_doing_her_nails_ssc/; 01.06.2016. Dies gilt für die Ausführung als „Echter Foto-Abzug unter Acrylglas“. Die Variante „Lambda Color Photograph“ (der Sammler wählt bei der Bestellung) kostet 2.130 Euro.

250 So jedenfalls auf der Internetseite von LUMAS am 01.06.2016: http://www.lumas.de/pictures/stefanie_schneider-2/radah_doing_her_nails_ssc/.

251 Jedenfalls soweit dies aus der dem Angebot beigelegten Abbildung hervorgeht.

252 Radha doing her Nails by the Pool (29 Palms, CA), Edition of 5; 5 sold, this is AP1/2, Photography, Size: 7.9 H x 7.9 W x 0.4 in; <http://www.saatchiart.com/art/Photography-Radha-doing-her-Nails-by-the-Pool-29-Palms-CA-Edition-of-5-5-sold-this-is-AP1-2/49402/1777513/view>, abgerufen am 01.06.2016.

253 Unter <http://www.instantdreams.net/media/minis/minis.html>, abgerufen am 21.04.2011.

254 Polaroid sized Editions, 1999–2011, LAMBDA DIGITAL COLOR PHOTOGRAPHS, 10.7 x 8.8 cm, with signature brand, exquisite high quality, approved by the artist, mounting included: sandwiched between plexi glass; <http://www.instantdreams.net/media/minis/minis.html>, abgerufen am 01.06.2016.

b) Die Geschäftspraxis von LUMAS

Die Grenze zwischen Innenausstattung und Kunst verschwimmt im Fall von LUMAS.²⁵⁵ So suchte das Unternehmen neue Mitarbeiter mit der Anforderung „Verkaufserfahrung im gehobenen Möbeleinzelhandel“ und die Unternehmenschefin bezeichnet LUMAS selbst als „eine Art IKEA für die Wand“.²⁵⁶ In der Tat kann man sich die Frage stellen, wo genau der Unterschied zwischen einem bei LUMAS gekauften Foto und einem bei dem schwedischen Möbelhändler IKEA gekauften Wandschmuck liegt.

Insbesondere bei den günstigen und in „(small) open edition“ verlegten „LUMAS MINIS“ liegt es nahe, dass es einen solchen Unterschied *de facto* gar nicht gibt. Dennoch besteht bei allen anderen von LUMAS angebotenen Werken ein sehr entscheidender Unterschied zur durchschnittlichen Wandschmuckware: Es ist die Präsentation der Ware und ganz besonders die Limitierung der Auflage, mit der ein Gefühl von Exklusivität bei den Kunden erzeugt werden soll. Diese Exklusivität grenzt das von LUMAS vertriebene Produkt von trivialem bzw. profanem „Wandschmuck“ ab und verleiht ihm eine „Aura“ sowie das Versprechen von „Authentizität“. LUMAS selbst schrieb hierzu noch im Jahr 2011 auf der Firmenhomepage:

„LUMAS vereinbart vertraglich mit allen Künstlern im Detail, wie oft ein Kunstwerk insgesamt angeboten werden darf. Darüber hinaus verpflichtet sich der Künstler für immer, keine weiteren Exemplare anzubieten. Zusätzlich sei zu Ihrer abschließenden Sicherheit erwähnt, daß Sie nach BGB gar einen Rechtsanspruch gegen LUMAS und (!) den Künstler selbst haben, dass eine Editionsauflage in der angegebenen Größe eingehalten und niemals überschritten wird.“²⁵⁷

Darüber, welcher Anspruch konkret gemeint sein könnte, schwieg sich der Informationstext aus.²⁵⁸ Bemerkenswert ist, dass der Text in dieser Konkretheit heute nicht mehr auf der Homepage zu finden ist.

Inzwischen lauten die entsprechenden Passagen:

255 Fricke, in: frame # 1, 163 schreibt, es handele sich um ein „standardisiertes Endprodukt“ mit „industriellem Charakter“.

256 Zitiert nach Langer, FAZ vom 29. September 2007, 45.

257 <http://www.lumas.de/index.php?id=554>, abgerufen am 18.04.2011.

258 Im Verlauf dieser Arbeit wird die Frage noch ausführlich geklärt werden. Siehe unten ab D, S. 175.

„Gerade weil bei Fotografien technisch beliebig viele Originale hergestellt werden können, ist für den Kunstmarkt eine Limitierung der Auflage von großer Bedeutung. Bei LUMAS wird vertraglich genau festgehalten, wie stark eine Edition limitiert ist. So garantieren wir, dass weder LUMAS noch der Künstler in Zukunft weitere Exemplare anbieten.

Die handschriftliche Signatur des Künstlers auf der Rückseite jeder LUMAS Edition macht sie zum Original und erhöht ihren Wert auf dem Kunstmarkt. Das sogenannte „Editionszertifikat“ bürgt für die Authentizität der Künstler-Signatur. Außerdem werden hier alle wesentlichen Daten der Edition wie deren Format, Datierung, Gesamtauflage und die fortlaufende Nummer ausgewiesen. Diese Form der Signatur entspricht dem internationalen Standard, welchem alle großen Auktionshäuser folgen. Zuweilen behält der Künstler sich vor, wenige Abzüge der exklusiven LUMAS Edition in meist deutlich größeren Formaten an Galerien oder Museen abzugeben, was die Bekanntheit seines Werks steigert.“²⁵⁹

Zum jetzigen Zeitpunkt sind die Aussagen von LUMAS im Hinblick auf die vorliegende Arbeit ein weiterer Hinweis auf die Wichtigkeit der Auflagenlimitierung und vor allem auch auf die große Bedeutung ihrer *Einhaltung*.

Der Käufer einer LUMAS-Fotografie erhält laut Internetseite von LUMAS neben der Fotografie einen auf der Rückseite der Fotografie angebrachten „Editionsaufkleber“ bzw. inzwischen wohl ein sogenanntes „Editionszertifikat“.²⁶⁰ Das „Editionszertifikat“ wird dem Käufer beim Kauf in den Ladengeschäften nachträglich via Post zugesendet.²⁶¹ Darauf werden der Name des Künstlers sowie die Werkdaten und die Auflagenbezeichnung wiedergegeben. Der Künstler signiert die „Editionsaufkleber“ bzw. „Editionszertifikate“ eigenhändig. Der laut der ursprünglichen Eigenwerbung auf der Homepage bestehende „Unterlassungsanspruch“ gegenüber LUMAS und dem Künstler ist jedoch – soweit bekannt – nirgendwo ausdrücklich verbrieft. Weitere mögliche „Vorbehalte“ des Künstlers bzw. von LUMAS werden auf der Homepage zwar angesprochen, jedoch anscheinend nicht ausdrücklich in das Editions-zertifikat aufgenommen. So hieß es auf der Homepage von LUMAS ursprünglich weiter:

„Neben den Größen bei LUMAS in genau definierten Auflagen, behält sich der Künstler zuweilen vor, zusätzlich wenige Abzüge meist in deutlich

259 <http://www.lumas.de/ueber-lumas/prinzip/>, abgerufen am 01.06.2016.

260 Vgl. <http://www.lumas.de/ueber-lumas/prinzip/>, abgerufen am 01.06.2016.

261 So die Auskunft im Heidelberger Ladengeschäft im Februar 2015.

größerem Format an Galerien oder Museen abzugeben. Dies ist für die Bekanntheit eines Werks natürlich sehr förderlich. Wenn Sie eine umfassende Auskunft wünschen, kann Ihnen die LUMAS Hotline gerne mitteilen, wie eines unserer Werke insgesamt im Kunstmarkt repräsentiert ist. [...] Zusätzlich existieren zu jeder Edition neben den nummerierten Abzügen zwei bis zehn so genannte Artist Proofs. Dies sind Exemplare, die zu Prüfzwecken für den Künstler angefertigt werden und ihm zur Verfügung stehen. In Einzelfällen werden sie, entsprechend gekennzeichnet, nach Verkauf der Auflage zu erhöhten Preisen über LUMAS abgegeben. Wenn Sie also ein Werk mit dem Status „sold“ erwerben, kann es sich mit ein wenig Glück um einen der begehrten Artist Proofs handeln.“²⁶²

Auch hier haben sich die entsprechenden Passagen im Laufe der Zeit verändert:

„[...] Zuweilen behält der Künstler sich vor, wenige Abzüge der exklusiven LUMAS Edition in meist deutlich größeren Formaten an Galerien oder Museen abzugeben, was die Bekanntheit seines Werks steigert. [...] Der Preis steigt kontinuierlich bis zur höchsten Preisstufe „Sold“. Das Werk ist dann online nicht mehr verfügbar. Mit etwas Glück finden Sie in einer unserer LUMAS Galerien noch vereinzelt Exponate. Darunter können Rücklieferungen von Kunstmesen sein aber auch so genannte Artist Proofs: Abzüge, die nur zu Prüfzwecken für den Künstler angefertigt wurden. Die Suche lohnt sich also. Wenn eine Edition ausverkauft ist, steigt ihr Wert weiter – der regen Nachfrage steht nun kein Angebot mehr gegenüber.“²⁶³

Hieraus ergeben sich weitere Befunde, die auch im übrigen Markt für Fotokunst anzutreffen sind: Zum einen scheint LUMAS ein „formatbezogenes“²⁶⁴ Limitierungsverständnis zugrunde zu legen. Zum anderen werden die von LUMAS so bezeichneten „Artist Proofs“ offensichtlich nicht zur Limitierung hinzugezählt und auch nicht ohne Weiteres ausgewiesen (z. B. auf dem „Editionsaufkleber“). Zudem ist die Anzahl der „Artist Proofs“ von Fall zu Fall unterschiedlich. Die angesprochene Praxis, wonach die „Artist Proofs“, welche ausdrücklich „zu Prüfzwecken für [Hervorhebung durch den Verfasser] den Künstler“ hergestellt wurden, anscheinend mit einer gewissen Selbstverständlichkeit in den Markt gegeben werden, wenn die Auflage ausverkauft

262 <http://www.lumas.de/index.php?id=554>, abgerufen am 21.04.2011.

263 <http://www.lumas.de/ueber-lumas/prinzip/>, abgerufen am 01.06.2016.

264 Zu diesem Begriff unten B.II.4.b), S. 86.

ist, sollte ein Kunde kritisch hinterfragen.²⁶⁵ Dies gilt insbesondere im Lichte der weiteren Aussagen von LUMAS auf der Internetseite des Unternehmens:

„[...] Eine Signatur und strikte Kontrolle der Auflage sind daher unserer Meinung nach auch bei Editionen unabdingbar – eine Ausnahme bilden unsere im Gegenzug besonders preiswerten, kleinformatischen Open Editions. Einmal ausverkauft, steigt ein limitiertes Original im Wert: Der offensichtlich regen Nachfrage steht kein verfügbares Angebot mehr gegenüber. Einige Zeit später kommt es dann zu Transaktionen im Sekundärmarkt, z. B. bei verschiedenen Auktionshäusern. Wie die unten aufgeführten Auktionsergebnisse zeigen, weisen Editionen ähnlich verblüffende Potenziale auf wie führende Galerie-Angebote – gerade gemessen am geringen „Einsatz“. [...] Aber in Zeiten, in denen Beständigkeit und Nachhaltigkeit eine große Rolle in der Entscheidung spielen, ist es gut zu wissen, dass Wertsteigerungen mathematisch und faktisch erwartbar sind und es einen funktionierenden Sekundärmarkt gibt. So bleibt Kunst wohl der einzige Luxus, der beständig im Wert steigt.“²⁶⁶

6. Das Problem der begrenzten Haltbarkeit von Fotografie und Lösungsversuche des Kunstmarkts

Die Frage nach der Einhaltung einer einmal gewählten Limitierung wäre ein geringeres Problem, wenn die Fotografen, nachdem alle Exemplare einer Auflage abgezogen wurden, das Negativ bzw. die Datei vernichten würden.²⁶⁷ Auf diese Weise ist z. B. Ansel Adams bei der Erstellung eines seiner Portfolios vorgegangen.²⁶⁸ Diese Praxis scheint im Bereich der Druckgrafik verbreiteter zu sein, wo nach Abschluss der Auflagenherstellung häufig die Druckplatte bzw. der Druckstock zerkratzt oder anderweitig unbrauchbar gemacht wird.²⁶⁹ Die Forderung, der Fotograf möge das Negativ bzw. die Datei vernichten, vernachlässigt jedoch eine ganz entscheidende technische Eigenheit von Fotografien: sie haben – insbesondere unter Ausstellungsbedingungen – nur eine sehr begrenzte Haltbarkeit.²⁷⁰

265 Ausführlich unten C, S. 101.

266 <http://www.lumas.de/ueber-lumas/auktionsergebnisse/>, abgerufen am 03.07.2015.

267 Ehrler, Folgerecht, 186 hält dies für ein wünschenswertes Vorgehen des Fotografen.

268 B.I.1.a), S. 38.

269 Schneider, Kunstverlag, 166; vgl. auch Wyler, Film und Recht 1983, 481.

270 Vgl. die Vorschläge für optimale Archiv- bzw. Ausstellungsbedingungen bei Schmidt, Fotografien, 71 ff., 87 ff. Oder auch bei Schmidt, art value (Ausgabe 10) 2012, 67 ff.

- a) Fotografische Abzüge unterliegen einem zerstörerischen Alterungsprozess

Obwohl es eine ganze Reihe von im Detail unterschiedlichen Techniken der Fotoentwicklung gibt, ist das Grundprinzip der meisten Fotoabzüge gleich.²⁷¹ Jedes Fotopapier besteht prinzipiell aus einem Trägerpapier, auf welchem sich eine Emulsion mit lichtempfindlichen Chemikalien befindet. Durch den Vorgang der Belichtung verändern diese Chemikalien dauerhaft ihre Struktur und sorgen so (nach Entwicklung, d. h. insbesondere der Fixierung) für die dauerhafte Wiedergabe des Lichtbildes. Bei einem Schwarz-Weiß-Foto handelt es sich nur um eine bis zwei lichtempfindliche Schichten, bei Farbfotos um drei lichtempfindliche Schichten, jeweils eine für jede der Primärfarben. Auf die Haltbarkeit einer Fotografie wirkt sich einerseits die Stabilität der Chemikalien, andererseits die Haltbarkeit des schichtenhaften Aufbaus des Fotopapiers aus. Durch dauerhafte Lichteinstrahlung (z. B. unter Ausstellungsbedingungen),²⁷² aber insbesondere bei älteren Farbfotopapieren selbst schon bei Lagerung in Dunkelheit,²⁷³ zersetzen sich die Chemikalien der Emulsion und mit der Zeit verblasst die Fotografie bzw. der Farbfilm bekommt häufig einen Gelbstich.²⁷⁴ Zudem kann sich z. B. aufgrund von Kontakt mit Feuchtigkeit die Emulsion vom Trägerpapier ablösen oder es bilden sich bestimmte Schimmel.²⁷⁵ Aber auch Ozon in der Raumluft setzt den Abzügen auf Dauer zu.²⁷⁶ Die von einigen zeitgenössischen Künstlern verwendeten „Inkjet Prints“ (Ausdrucke, hergestellt mit hochwertigen Tintenstrahl Druckern) scheinen weniger schnell zu verblasen, stellen aber aufgrund dessen, dass sich die Farbpartikel *auf* dem Papier und nicht *in* einer Emulsion befinden und darum entsprechend berührungsempfindlich sind, wiederum neue Herausforderungen an den Umgang mit ihnen.²⁷⁷

271 Eine detaillierte Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Techniken und ihrer Unterscheidung findet sich bei *Schmidt*, Fotografien, 16 ff. Die wohl umfangreichste und gleichzeitig aktuellste Sammlung von Informationen zum Thema „Haltbarkeit von Fotografien“ gibt es im Internet unter: <http://www.wilhelm-research.com/>, abgerufen am 01.06.2016, sowie bei *Wilhelm*, Color Photographs.

272 *Schmidt*, art value (Ausgabe 10) 2012, 67 (70).

273 *Wilhelm*, Color Photographs, 101 ff.

274 *Badger*, Collecting, 110 f.; *Phillips*, Contemporary Photography, 191 f.; *Wilhelm*, Color Photographs, 103 f.

275 *Schmidt*, Fotografien, 72; *Schmidt*, art value (Ausgabe 10) 2012, 67 ff.

276 *Badger*, Collecting, 107 ff.; *Kesberger*, Photonews Thema 10/2008, 8 (9).

277 *Jürgens*, Photonews Thema 09/2009, 14.

Einerseits sind Fotografien somit häufig einem viel schnelleren Alterungsprozess ausgesetzt als zum Beispiel Ölgemälde. Andererseits gestaltet sich aber auch ihre Aufarbeitung bzw. Konservierung schwierig. Dies hängt auch damit zusammen, dass der Markt für Fotokunst noch recht jung ist und es somit lange Zeit an ausreichenden Erfahrungswerten für die Restaurierung mangelte.²⁷⁸ In den letzten Jahren hat es insoweit große wissenschaftliche Fortschritte gegeben,²⁷⁹ die jedoch für eine ganze Zahl von Abzügen zu spät kommen werden.²⁸⁰

Es ist somit schon im Hinblick auf die Erhaltung des kulturellen Erbes für nachfolgende Generation zu fordern, dass Fotografen die Negative bzw. Dateien ihrer Werke gerade *nicht* vernichten, da ansonsten binnen weniger Generationen keine ausstellungswürdigen Werkexemplare mehr vorhanden wären. In der Regel wird dies von den Fotografen auch so gehandhabt, weshalb die meisten das Negativ bzw. die Datei nach Abzug der Auflage einem Archiv zuführen, es jedoch nicht mehr für die Herstellung von Abzügen verwenden.²⁸¹

b) „Exhibition Prints“

Eine andere in der Praxis zu beobachtende Vorgehensweise ist, dass Künstler für Ausstellungen sogenannte „Exhibition Prints“²⁸² (Ausstellungsabzüge; auch „Exhibition Copies“) anfertigen, die außerhalb einer unter Umständen bestehenden Auflage liegen und nach Abschluss der Ausstellung wieder zerstört werden.²⁸³ Auf diese Weise können die Fotografien bedenkenlos auch unter für ihren Erhalt suboptimalen, aber für die Betrachtung optima-

278 *Badger*, *Collecting*, 103.

279 Diese Entwicklung ist ausführlich dokumentiert in der Aufsatzsammlung *Norris, Debra Hess/Gutierrez, Jennifer Jae* (Hrsg.), *Issues in the Conservation of Photographs*, Los Angeles 2010.

280 Vgl. hierzu auch *Badger*, *Collecting*, 103 ff.

281 *Noble*, *Collecting Photographs*, 196.

282 Ein Beispiel bildet Andreas Gurskys Münchener Ausstellung von 2007, die ausschließlich aus „frischen“, extra nur für die Ausstellung angefertigten Abzügen bestand; vgl. *Ziegler*, *Photonews* 4/2007, 3 sowie *Bonnet*, in: *frame* # 2, 89. Zu „Exhibition Prints“ auch ein Kommentar bei *Michl*, *Handelsblatt* (Onlineausgabe), *Teuer bezahlte Versprechen verpflichtet* (Internetquelle).

283 Vgl. *Jacobs*, in: *FS Samwer*, 148 f.; *Maaßen*, in: *Wandtke – Medienrecht*, 2. Teil/Kapitel 4/Rn. 123; *Mosimann*, in: *Kunst & Recht*, 21. Eine andere Definition des Begriffs findet sich bei *Badger*, *Collecting*, 138, der hierunter einen Abzug verstehen will, der eine „Ausstellungsgeschichte“ vorzuweisen hat, das heißt: auf bedeutenden Ausstellungen gezeigt wurde und dem daher ein besonderer Wert zugemessen wird.

len Bedingungen (z. B. starker Ausleuchtung) ausgestellt werden. Ein weiterer positiver Nebeneffekt der Verwendung von Exhibition Prints sind zudem die in der Regel geringeren (oder ganz entfallenden) Versicherungskosten, die dem Ausstellungsträger die Möglichkeit bieten, seine Kosten zu reduzieren. Probleme könnten sich aber ergeben, wenn diese zusätzlichen Exemplare nicht nur temporär für eine bestimmte Ausstellung hergestellt werden, sondern in Konkurrenz zur eigentlichen Auflage treten würden (zum Beispiel, weil sie dauerhaft in einem Museum verbleiben oder sogar in den Kunsthandel gelangen, was eigentlich nicht passieren darf²⁸⁴). Im Normalfall sollte ein Exhibition Print daher als solcher gekennzeichnet sein und vom Fotografen nicht signiert²⁸⁵ werden. Weiterhin sollte er im Eigentum des Künstlers stehen und verbleiben sowie mit einem Hinweis im Sinne von „not for sale“ versehen sein.²⁸⁶ Dass ein Exhibition Print auf dem Kunstmarkt „keinerlei Wert“ habe,²⁸⁷ ist nämlich in höchstem Maße zweifelhaft. Selbst wenn man Kauf und Verkauf solcher Stücke auf dem Kunstmarkt unter Umständen als „anrühlich“ empfinden würde, so spricht die Lebenserfahrung eher dafür, dass sich Personen finden, die bereit sind, auch für einen Exhibition Print einen (vielleicht sogar hohen) Preis zu zahlen. Dies ist vor allem denkbar, wenn die Originale des Motivs vergriffen sind und vielleicht der Exhibition Print unter den Ausstellungsbedingungen weniger gelitten hat, als normalerweise zu erwarten gewesen wäre.

Teilweise wird die gerade beschriebene Vorgehensweise insofern abgewandelt, als dass der Käufer einer Fotografie bereits beim Kauf ein identisches Zweitexemplar ausgehändigt bekommt. Dieses Zweitexemplar ist als „Exhibition Print“ gekennzeichnet und kann vom Sammler bei sich aufgehängt oder für Ausstellungen verliehen werden, während das ebenfalls ausgehändigte Original unter optimalen Bedingungen archiviert werden kann. Der Käufer macht zudem regelmäßig die vertragliche Zusage, Original und Exhibition Print nicht zu trennen, sondern (z. B. im Fall einer Weiterveräußerung) nur paarweise abzugeben.²⁸⁸

284 So auch *Smyth*, *British Journal of Photography*, The numbers game (Internetquelle).

285 Vgl. *Maafsen*, in: Wandtke – Medienrecht, 2. Teil/Kapitel 4/Rn. 123.

286 So offenbar die Handhabung durch Andreas Gursky. Vgl. *Schreiber*, *Handelsblatt* (online), Korrekter Umgang mit einer Neuauflage (Internetquelle).

287 *Jacobs*, in: FS Samwer, 149.

288 Die dauerhafte rechtliche Durchsetzbarkeit einer solchen Vereinbarung ist jedoch fraglich. Zudem werden absehbar Ereignisse wie Scheidungen und Erbfolgen zur Trennung solcher „Pärchen“ führen.

c) Herstellung von Ersatzabzügen

In der Praxis wird auch noch eine weitere Lösung für das Problem der begrenzten Haltbarkeit von Fotografien für die Werke zeitgenössischer Fotografen angewendet: Viele Fotografen bieten insbesondere institutionellen Sammlern (aber teilweise auch ganz grundsätzlich) an, den Abzug – wenn er Schaden genommen hat oder ausgeblichen ist – zum Selbstkostenpreis gegen einen neuen Abzug auszutauschen.²⁸⁹ Der beschädigte Abzug wird dann vernichtet und der neue Abzug übernimmt die Nummer des alten.²⁹⁰ Diese Praxis ist allerdings nur zu Lebzeiten des Fotografen möglich. Sie spricht jedoch ebenfalls dafür, dass die Fotografen Archive ihrer Negative und Dateien unterhalten, eben um solche Ersatzabzüge herstellen zu können. Die Praktikabilität dieser Praxis kommt jedoch dort an ihre Grenzen, wo ein erfolgreicher Künstler bereits so viele Werke hergestellt hat, dass der Zeitaufwand, verblichene Werke zu erneuern (was im schlechtesten Fall bereits nach wenigen Jahren notwendig werden kann), von ihm aufgrund der hohen Zahl der „Rückläufer“ schlicht nicht mehr zu leisten ist. So sehr zum einen also ein Interesse des Sammlers besteht, sich die Herstellung eines Ersatzabzugs bereits beim Kauf zusichern zu lassen, so wenig ratsam erscheint es für den Fotografen, dahin gehend verbindliche Zusagen zu machen.

Weiterhin stellen sich interessante Fragen (z. B. für öffentliche Sammlung aus konservatorischer Sicht), wenn Künstler die Bitte um Anfertigung eines Ersatzabzuges nutzen, um das Werk neu zu interpretieren.²⁹¹ In diesem Zusammenhang ist institutionellen Sammlern mit einem derartigen

289 Zu diesem Themenkomplex veranstaltete die DZ Bank Kunstsammlung zusammen mit der Deutschen Gesellschaft für Photographie am 21.11.2014 in Frankfurt ein Symposium unter dem Titel: „Erhalt des Originals – Neuproduktion oder Interpretation“. Die Redebeiträge und Diskussionen sind unter <http://www.dzbank-kunstsammlung.de/de/sammlung/symposium/> abrufbar, abgerufen am 01.06.2016. Weitere Hinweise zur Vorgehensweise in der Praxis bei *Fricke*, Handelsblatt (online), Vertrauen ist gut, Kontrolle aber besser (Internetquelle). Zudem auch *Mosimann*, in: *Kunst & Recht*, 21; *Mosimann* führt die Möglichkeit an, dass der Künstler dem Eigentümer des Werks gestattet, selbst einen neuen Abzug herzustellen. Voraussetzung hierfür wäre, dass dem Eigentümer auch die Datei bzw. das Negativ überlassen worden sind. Von einer solchen Vorgehensweise ist jedoch dringend abzuraten; vgl. unten C.II.9.c), S. 149.

290 *Bauschke*, FAZ v. 22.08.2015, 15; *Smyth*, *British Journal of Photography*, The numbers game (Internetquelle).

291 Vgl. dazu den oben beschriebenen Fall des Werks „Eviction Struggle/An Eviction“ von Jeff Wall bei B.I.3, S. 55. Anlass für das in Fn. 289 erwähnte Symposium bot ein Fall, in dem ein in der Sammlung der DZ Bank befindliches Werk Andreas Gurskys erneuert wurde und dabei ebenfalls diverse Änderungen (Format, Rand, Bildausschnitt, digitale Retusche) vorgenommen wurden.

kunsthistorischen Interesse am Originaleindruck des ursprünglichen Prints zu raten, bereits beim Ankauf eines Werks der Fotografie – soweit dies die eigene Verhandlungsmacht erlaubt – mit dem Künstler schriftlich zu fixieren, dass und unter welchen Modalitäten ein Ersatzabzug gegebenenfalls herzustellen sein wird.

Eine weitere Spielart im Bereich der Exhibition Prints liegt darin, statt der Aushändigung eines zusätzlichen Exhibition Prints beim Kauf²⁹², einen „Sicherheitsausdruck“ zu übergeben, der nach Zerstörung des „Erstausdrucks“ nach dem Willen des Künstlers zum Original wird.²⁹³

d) Exkurs: Existiert eine stillschweigende vertragliche Verpflichtung des Künstlers zur Herstellung von Ersatzabzügen?

Ob der Künstler im Rahmen einer ergänzenden Vertragsauslegung auch ohne eine ausdrückliche Zusage zur Herstellung von Ersatzexemplaren verpflichtet sein kann, wird unterschiedlich beurteilt.²⁹⁴ Voraussetzung hierfür wäre zunächst einmal ein Vertrag zwischen Künstler und Sammler, dem man einen solchen Inhalt in ergänzender Auslegung zumessen könnte.²⁹⁵ Häufig besteht z. B. ein Kaufvertrag jedoch gar nicht unmittelbar zwischen Sammler und Künstler. In den wenigen Fällen, in denen eine solche Vertragsbeziehung vorliegt, wäre es dennoch eine stark einseitig benachteiligende Regelung, eine derart weite Verpflichtung des Künstlers anzunehmen. Man stelle sich nur vor, dass der Künstler gegen Ende seines Lebens nur noch damit beschäftigt wäre, Ersatzabzüge der vielen Werke zu schaffen, die er im Laufe seines Lebens verkaufen konnte. Er hätte keine Zeit mehr, sich neuen Werken zu widmen. Das Problem würde sich sicher noch dadurch verstärken, dass Sammler beizeiten (d. h. vor dem Ableben des Künstlers) einen neuen Abzug wünschen, damit dieser dann wieder die gewünschte „Mindesthaltbarkeit“ hat. Letztlich sähe sich der Künstler dann einer ähnlichen Situation ausgesetzt wie Ansel Adams in seinen späten Jahren.²⁹⁶ Die Beschränkung einer entsprechenden Verpflichtung des Künstlers auf die Fälle, in denen eine

292 Vgl. oben unter B.I.6.b), S. 71.

293 *Jacobs*, in: FS Samwer, 149. *Schlütter*, Original, 242 geht hingegen davon aus, dass es sich dann bei beiden Abzügen jeweils um ein Original handelt.

294 Wohl grundsätzlich für eine solche Verpflichtung *Schack*, Kunst und Recht, Rn. 875; dagegen *Jacobs*, in: FS Samwer, 150.

295 Zu den vertraglichen Verhältnissen auf dem Kunstmarkt vgl. die Ausführungen unten bei E.I, S. 265.

296 Vgl. oben B.I.1.a), S. 38.

solche Zusage tatsächlich gemacht wurde (abgesehen vom Bereich der Kulanz²⁹⁷), ermöglicht zudem eine entsprechende wirtschaftliche Bewertung dieser Option bereits beim Verkauf. Werke mit einer solchen Zusage sollten einen höheren Wert haben und daher auch vom Künstler teurer verkauft werden als Werke ohne einen solchen „value added benefit“. Da inzwischen weitgehend bekannt sein dürfte, dass Fotografien nicht unendlich lange haltbar sind²⁹⁸ und zudem beim Verkauf in der Regel auch darauf hingewiesen wird, gibt es für den Käufer keine „bösen Überraschungen“. Aber selbst eine Täuschung über die Haltbarkeit der Fotografie dürfte eher Mängelgewährleistungsansprüche²⁹⁹ oder geldwerte Schadensersatzansprüche auslösen als eine unbedingte Pflicht zur Lieferung eines Ersatzabzugs durch den Künstler. Letztlich sprechen die besseren Gründe gegen eine solche Verpflichtung des Künstlers im Wege ergänzender Vertragsauslegung.

e) Einräumung einer Reproduktionslizenz

Relativ neu und letztlich eine Folge der Möglichkeiten, welche die Digitalisierung geschaffen hat, ist die Vorgehensweise, dem Käufer eines fotografischen Werks zu gestatten, bei Beschädigung seines Abzugs *selbst* einen neuen Abzug herzustellen bzw. herstellen zu lassen.

Dem Käufer einer Fotografie wird hierzu entweder bereits beim Kauf ein Datenträger (z. B. eine sogenannte „scan data CD“³⁰⁰) mit einer reproduktionsfähigen Datei der erworbenen Fotografie ausgehändigt. Alternativ wird ein solcher Datenträger bei einem Dritten (z. B. einem Notar) hinterlegt. Der Künstler hinterlässt zudem genaue Anweisungen, auf welchem Papier und mit welchem Herstellungsverfahren (z. B. Fabrikat und Typ des Druckers) bei Beschädigung des Originals oder als Exhibition Print ein weiterer Abzug hergestellt werden kann.³⁰¹ Die Authentizität des Kunstwerks soll durch ein beigefügtes Zertifikat, welches vom Künstler signiert wird, dokumentiert werden.³⁰² Voraussetzung für die Herstellung des neuen Abzugs ist stets die Vernichtung des ursprünglichen Abzugs.³⁰³ Ist ein unparteiischer

297 Vgl. *Jacobs*, in: FS Samwer, 150.

298 *Jacobs*, in: FS Samwer, 150.

299 Anders wohl *Jacobs*, in: FS Samwer, 150.

300 *Mosimann*, in: Kunst & Recht, 20 ff.

301 Vgl. die beispielhaft angeführten Klauseln in Fn. 35 und 36 bei *Mosimann*, in: Kunst & Recht, 21.

302 Eine Signierung des Werks selbst wäre wenig zielführend, da es ja ausgetauscht werden kann.

303 *Mosimann*, in: Kunst & Recht, 21.

Dritter involviert (z. B. der oben angesprochene Notar), so besteht die Möglichkeit, die Vernichtung des ursprünglichen Abzugs sowie die Herstellung eines neuen Abzugs relativ sicher zu überwachen. Bei Aushändigung der Datei unmittelbar an den Käufer ist der Künstler jedoch auf dessen Verlässlichkeit angewiesen. Eine solche Vorgehensweise begegnet daher starken Bedenken.³⁰⁴ Unklar ist bei dieser vergleichsweise neuen Vorgehensweise zudem, ob sie dauerhaft von den Marktteilnehmern akzeptiert wird. Letztlich wird die Produktion des Abzugs in diesen Fällen auf einen rein technischen Vorgang reduziert und eine Kontrolle des Ergebnisses durch den Künstler für entbehrlich gehalten.³⁰⁵ Die damit einhergehende Beschränkung der künstlerischen Leistung auf eine präzise formulierte „Ausführungsanweisung“ rückt diese Art der Fotografie in den Bereich der Konzeptkunst. Es stellt sich daher durchaus die Frage, ob hier noch der Abzug das eigentlich Kunstwerk ist oder nicht vielmehr der vom Künstler entworfene „Plan“ der Ausführung des Kunstwerks. Soweit ersichtlich, ist ein derartiges Vorgehen momentan jedoch (noch) nicht repräsentativ für den Bereich der zeitgenössischen Fotokunst, sondern stellt ein begrenztes Phänomen dar. Die weiteren Entwicklungen sind zu beobachten.

Letztlich bleibt vor allem der Befund, dass die Fotografie ein Medium ist, welches schlicht nicht in der Lage ist, dieselbe Dauerhaftigkeit zu erzielen, die der Markt beispielsweise von Ölgemälden gewohnt ist. Das neue Medium beansprucht neue Lösungen, die sich erst im Laufe der Zeit herausbilden können. Insbesondere die zukünftige Akzeptanz von einzelnen Werken auf dem Markt wird zeigen, welche Vorgehensweisen sich insbesondere auch im Hinblick auf die Werterhaltung der Abzüge als vorteilhaft erweisen und sich damit dauerhaft durchsetzen werden.

7. Schlussfolgerungen

Eine historische Betrachtung des Markts für Fotokunst zeigt, dass es eigentlich zwei³⁰⁶ verschiedene Märkte gibt: diejenigen für die sogenannte historische Fotografie und diejenigen für die sogenannte zeitgenössische Fotografie. Eine Trennlinie zwischen den Märkten kann etwa bei dem Jahr 1970

304 So auch *Mosimann*, in: *Kunst & Recht*, 21; zu weiteren Problemen einer solchen Vorgehensweise unten in C.II.9.c), S. 149.

305 Vgl. zur Kontrolle des Abzuges durch den Künstler (Autorisation) auch unten C.II.9.b), S. 144.

306 Teilweise wird die „historische Fotografie“ auch noch einmal in „historische“ und „klassische“ Fotografie unterschieden; *Klein*, *art value* (Ausgabe 10) 2012, 52 (53).

angesetzt werden, wobei es hier auch Grenzfälle geben wird, deren genaue Zuordnung zu einer der beiden Epochen schwierig sein kann. Für die ganz große Mehrzahl der Fotografien lässt sich jedoch ziemlich exakt angeben, ob sie der einen oder der anderen Epoche zuzuschlagen sind. Diese Vorstellung einer Trennung des Markts wird heute von einer großen Zahl von Fachleuten geteilt.³⁰⁷

Aus dieser, auf historischen Umständen begründeten, Trennung müssen Konsequenzen gezogen werden. Eine ganz entscheidende Konsequenz ist es, an historische und zeitgenössische Fotokunst unterschiedliche Maßstäbe anzulegen, was z. B. das Erfordernis einer Limitierung und deren Ausgestaltung angeht. Die gravierenden tatsächlichen Unterschiede auf beiden Märkten verbieten eine verallgemeinernde Betrachtung der Fotografie *als solcher*. Die weiteren Ausführungen dieser Arbeit werden sich daher, insbesondere was die limitierte Auflage betrifft, nur auf den Bereich der sogenannten *zeitgenössischen* Fotografie beziehen. In diesem Bereich wiederum spielt die strenge Limitierung der von einem Motiv hergestellten Abzüge eine herausragende Rolle für die ideelle wie materielle Wertschätzung des konkreten Werkstücks. Im Bereich der historischen Fotografie hingegen kann das Konzept des „Vintage Print“ als funktionelles Äquivalent zur Auflagenlimitierung begriffen werden.

Es konnte zudem gezeigt werden, dass die Märkte für Fotokunst und dabei insbesondere der Markt für zeitgenössische Fotokunst sich immer noch in Entwicklung befinden. Mit zunehmendem Preisniveau in der Fotokunst wird auch das Interesse am Schutz der Werthaltigkeit von Fotografien steigen und sich infolgedessen ein Bedürfnis nach größerer rechtlicher Sicherheit einstellen. Im Bereich der zeitgenössischen Fotokunst stellt sich dabei aufgrund der nahezu unendlichen Reproduktionsmöglichkeiten (abgesehen von unikalen Fototechniken wie z. B. Polaroid) insbesondere die Frage nach der rechtlichen Verbindlichkeit der Auflagenlimitierungen und der Durchsetzung eines eventuell aus ihr fließenden Anspruchs.

II. Praxis der limitierten Auflage in der Fotokunst

Bevor man Fragen über die rechtliche Relevanz einer limitierten Auflage beantworten kann, ist es notwendig, sich ihrer Erscheinungsform in der Praxis bewusst zu werden. Insbesondere die Art und Weise, in der eine limitier-

307 Vgl. nur *Vogel*, in: Schrickler/Loewenheim, § 44 Rn. 27 sowie die oben bei B.I.1 und 2, S. 36/49, genannten Quellen.

te Auflage durch den Künstler umgesetzt wird, ist entscheidend für die später³⁰⁸ zu untersuchende Frage, welchen rechtserheblichen Gestaltungswillen man den Handlungen des Künstlers entnehmen kann.

In der Praxis werden die Limitierungen im Einzelfall durchaus unterschiedlich umgesetzt. Einige grundsätzliche Regeln wiederum werden von fast allen Marktteilnehmern beachtet. Im Folgenden werden die verschiedenen Erscheinungsformen der limitierten Auflage sowie einige Marktgebräuche beschrieben. Eine systematische, empirische Erfassung im Hinblick darauf, welche Marktpraxis als überwiegend anerkannt gelten kann, wurde nicht vorgenommen und ist aufgrund der hohen Diskretion und der damit verbundenen Intransparenz des Kunstmarkts vermutlich unmöglich. Im Anschluss an die rechtlichen Überlegungen dieser Arbeit werden jedoch Vorschläge für „best practices“ gemacht werden, die sowohl Marktanerkennung finden als auch einer rechtlichen Überprüfung standhalten sollten.³⁰⁹

1. Die Auflagenlimitierung

Die meisten Gebräuche bezüglich der Limitierungsbezeichnungen in der Fotografie wurden aus dem Bereich der Druckgrafik übernommen. So wird jeder Abzug einer Auflage im Allgemeinen wie in der Druckgrafik mit einem Bruch bezeichnet, wobei der Zähler die Nummer des einzelnen Abzugs und der Nenner die Gesamtauflage angibt (also hat z. B. die Bezeichnung „2/4“ die Bedeutung: Abzug Nr. 2 aus einer Auflage von vier Stück).³¹⁰ In der frühen Druckgrafik sollte durch die Nummerierung vor allem die Reihenfolge der Drucke festgehalten werden, da mit jedem Druck dessen Qualität abnahm, sodass frühe Drucke (z. B. wegen der besseren Detailwiedergabe) besonders begehrt waren. Diese Funktion ist durch langlebigere Druckverfahren³¹¹ und spätestens bei der Fotografie mit ihrem schier unbegrenzten Reproduktionspotenzial irrelevant geworden, da sich die einzelnen Werkexemplare hier in ihrer Qualität normalerweise nicht mehr voneinander unterscheiden.³¹²

308 Siehe unten D, S. 175.

309 Siehe unten F, S. 325.

310 Vgl. *Koschatzky*, Graphik, 12 f. sowie *Mercker*, in: Original und Fälschung, 70.

311 Vgl. *Bleicher/Stiebner*, Druckgraphik, 170; *Koschatzky*, Graphik, 12.

312 Da Auflagen jedoch häufig in der Reihenfolge der Nummerierung der Abzüge verkauft werden, könnte man noch mutmaßen, dass Sammler eine niedrige Nummer begehren, um damit zu belegen, dass sie besonders frühzeitig auf den Künstler bzw. die Auflage aufmerksam geworden sind; so *Bleicher/Stiebner*, Druckgraphik, 170.

2. „Artist’s Prints“

Über die eigentliche Auflage hinaus werden häufig „Artist’s Prints“³¹³ (häufig abgekürzt „A. P.“) bzw. „Artist’s Proofs“³¹⁴ produziert. Auch diese Praxis hat die Fotografie von der Druckgrafik übernommen. Die Künstlerdrucke sind dort von den Probedrucken und anderen „Abzügen vor der Auflage“ zu unterscheiden.³¹⁵ Ursprünglich sind „Artist’s Prints“ als Belegexemplare³¹⁶ für den Künstler oder auch die Galerie gedacht und sollten eigentlich nicht gehandelt werden (daher auch die französische Bezeichnung „hors de commerce“, abgekürzt als „h. c.“³¹⁷).³¹⁸ Nicht selten gelangen sie aber dennoch in den Handel.³¹⁹ Die Artist’s Prints werden nicht als Teil der eigentlichen Auf-

313 Zum Teil auch (grammatikalisch wohl falsch) „Artist Prints“. So z. B. die Terminologie bei LUMAS (oben B.I.5.b), S. 66).

314 Im Folgenden wird der Begriff „Artist’s *Print*“ Verwendung finden. Dieser stellt im Bereich der zeitgenössischen Fotografie die bessere Terminologie dar. „Artist’s *Proofs*“ (auch dieser Begriff stammt aus dem Bereich der Druckgrafik) bezeichnen dem Namen nach Probeabzüge, die vor der eigentlichen Auflage abgezogen werden und anhand derer der Künstler (insbesondere noch während der Herstellung der Platte) das Druckergebnis kontrollieren kann. Das Druckbild der „Artist’s Proofs“ dürfte also in der Regel nicht mit dem der abschließenden Auflage identisch sein. Probeabzüge in der Fotografie werden – wenn sie nicht das Gefallen des Künstlers finden – vernichtet. „Artist’s Proofs“ sollte es hier also gar nicht geben bzw. es kann eigentlich nicht im Interesse des Künstlers sein, wenn diese auf den Kunstmarkt gelangen. Bewirbt ein Verkäufer im Bereich der zeitgenössischen Fotokunst „Artist’s Proofs“ als besonders sammelwürdige Probedrucke zum Zwecke des Verkaufs, so ist nicht nur die Begriffswahl verfehlt. Es kann sich vielmehr um eine als unseriös einzustufende Auflagenerweiterung handeln. So drängt sich nämlich insbesondere die Frage auf, warum ein Künstler zu Prüfzwecken mehr als einen Probedruck benötigen sollte. Vgl. auch (noch zur Druckgrafik): *Bleicher/Stiebner*, Druckgraphik, 168 f. *Koschatzky*, Graphik, 13.

315 *Koschatzky*, Graphik, 13.

316 *Bleicher/Stiebner*, Druckgraphik, 169. Sie sind in der Regel gerade keine Testdrucke; vgl. *Koschatzky*, Graphik, 13.

317 *Bleicher/Stiebner*, Druckgraphik, 168 f.; *Koschatzky*, Graphik, 13. Teilweise will man im Bereich der Druckgrafik unter den „hors de commerce“-Stücken sogenannte „Verlegerabzüge“ verstehen. Überdies sollen dann auch noch „Druckerabzüge“ üblich sein. Zählt man diese zusätzlichen Abzüge zusammen, so können sie leicht auf eine Gesamtzahl kommen, welche die eigentliche Auflage um 20 % und mehr erhöht. Vgl. insoweit die Ausführungen und Beispiele bei *Schneider*, Kunstverlag, 190 ff. Letztlich waren dies die Auswüchse des Grafikmarkts, welche ihm mehr geschadet als genutzt haben. In der Fotografie ist insoweit im Großen und Ganzen eine sehr viel bewusstere und vor allem strengere Auflagen-gestaltung zu beobachten. Ob dies jedoch auch in Zukunft gilt, bleibt abzuwarten.

318 Sollte es jemals eine Differenzierung zwischen „Artist’s Prints“ und „hors de commerce“ Abzügen gegeben haben (*Bleicher/Stiebner*, Druckgraphik, 168 f. legen dies nahe), so ist diese jedenfalls im heutigen Sprachgebrauch des Kunstmarkts abhandengekommen.

319 *Smyth*, *British Journal of Photography*, The numbers game (Internetquelle) sowie *Phil-lips*, *Contemporary Photography*, 20, welche den Vorgang deutlich unkritischer sieht.

lage begriffen und daher häufig auch nicht im Rahmen der auf dem Werkstück genannten Auflagenhöhe berücksichtigt. Teilweise wird die Anzahl der Artist's Prints allerdings auch genannt, wenn z. B. in einem Auktions- oder Verkaufsangebot die Gesamtauflage genannt wird. Dies kann bedeutend sein, wenn z. B. eine Fotografie wie „Untitled (Cowboy)“ von Richard Prince aus den Jahren 2001/2002 in einer Auflage von „2 + 1 A. P.“ (bedeutend: Auflage von zwei Exemplaren und zusätzlich ein „Artist's Print“) besteht, also die eigentliche Auflage durch die A. P.s um ganze 50 % gesteigert wird.³²⁰

Zu beobachten ist, dass die eben beschriebene Form der Bezeichnung (z. B. „1/2 + 1 A. P.“), bei der die Anzahl der Artist's Prints von Anfang an kommuniziert wird, inzwischen auch von vielen, um Transparenz bemühten Künstlern und Galeristen verwendet wird.

Den Artist's Prints kann auch dann Bedeutung zukommen, wenn der Künstler sich vorbehält, nach Ausverkauf der eigentlichen Auflage weitere A. P.s anzufertigen, z. B. um ein bestimmtes Werk einem Museum oder einer Ausstellung zur Verfügung zu stellen. Letztlich bewegt er sich dann aber in einem unklaren Grenzbereich zwischen Artist's Prints und Exhibition Prints³²¹.

Letztlich ist die Anfertigung solcher Werkexemplare *außerhalb* der eigentlichen Auflage kritisch zu hinterfragen. Nicht selten wird sich hierdurch ein „Türchen offen gehalten“, um nach dem Ausverkauf der Auflage weitere Stücke produzieren bzw. auf den Markt bringen zu können.³²² Dann muss jedoch gefragt werden, ob es nicht ehrlicher wäre, von Anfang an eine höhere Auflage zu produzieren und aus dieser offiziell ausgewiesenen Auflage Stücke für den späteren Verkauf zurückzuhalten. Zur Veranschaulichung kann man die Situation mit einem Künstler vergleichen, der in einem Medium wie der Ölmalerei arbeitet, welches stets nur Unikate hervorbringt. Ein solcher Künstler muss sich bei jedem fertiggestellten Stück fragen, ob er es direkt in den Markt gibt oder für persönliche Zwecke bzw. den späteren Verkauf (unter Umständen zu einem höheren Preis) zunächst zurückhalten möchte. Der Fotograf hat hingegen von Anfang an die Mög-

320 Vgl. das Los im Archiv von Sotheby's unter: <http://www.sothebys.com/de/auctions/ecatalogue/2014/contemporary-art-evening-auction-114024/lot.43.html>, abgerufen am 01.06.2016. Vgl. zu dieser Form, die Artist's Prints im Rahmen der Auflagenangabe zu nennen auch *Bauschke*, FAZ v. 22.08.2015, 15.

321 Zu diesen oben B.I.6.b), S. 71. Anders *Bauschke*, FAZ v. 22.08.2015, 15 („[...] der Künstler kann über sie [die Artist's Prints] wie über die nummerierten Exemplare frei verfügen.“).

322 *Smyth*, British Journal of Photography, The numbers game (Internetquelle). Vgl. auch (bereits zur Druckgrafik) *Bleicher/Stiebner*, Druckgraphik, 168 f.

lichkeit, mehrere Werkstücke desselben Werks zu produzieren. Es erscheint daher auch nicht unbillig, wenn man dann von einem seriösen Fotokünstler verlangt, dass er überhaupt keine Artist's Prints produziert,³²³ sondern sich Stücke aus der eigentlichen Auflage zurücklegt und auf diese Weise die Höhe des Gesamtbestandes seiner Werke transparent hält. Eine andere gangbare Möglichkeit wäre es, die Menge der A. P.s stets bei der Auflagenangabe (also auch auf jedem Abzug der eigentlichen Auflage) auszuweisen (z. B. in der Form „1/7+2 A. P.“).

Die oben vorgestellte Praxis, Exhibition Prints³²⁴ für bestimmte (temporäre) Ausstellungen herzustellen, ist von den dauerhaften Artist's Prints zu unterscheiden. Exhibition Prints im eigentlichen Sinne haben nach ihrem Zweck eine klar begrenzte Lebensdauer und können daher bei Angaben zur Limitierung unberücksichtigt bleiben. Im Idealfall sind sie auch nicht signiert und können daher überhaupt nicht in Konkurrenz zu den Exemplaren der eigentlichen Auflage treten.

3. Die Kundgabe der Auflagenlimitierung

Der bloße Wille des Künstlers, eine limitierte Auflage zu schaffen, wäre für den Kunstmarkt und die Sammler nicht ausreichend und letztlich unbedeutend. Der Wille des Künstlers zur Auflagenlimitierung muss sich auch nach außen manifestieren. Im Idealfall natürlich auf dem Werk selbst, damit der Besitzer der Fotografie auch stets die Rarität des Objektes wortwörtlich „vor Augen hat“.

a) Limitierungsangaben auf dem Abzug

Die meisten Fotokünstler haben die Praxis anderer künstlerischer Medien übernommen und signieren ihre Fotografien mit Namenszug. Teilweise, aber eher selten geschieht dies auf der Vorderseite des Abzugs. Häufig findet man die Signaturen auf der Rückseite des Abzugs oder auch auf dem Passepartout, wenn die Bilder gerahmt verkauft werden. In der Regel werden im Zusammenhang mit der Signierung des Werks auch die Auflagenangaben in der oben beschriebenen Form handschriftlich auf der Abzugsrückseite

³²³ In diesem Sinne der Galerist *Keith Cananagh* bei *Smyth*, *British Journal of Photography*, The numbers game (Internetquelle).

³²⁴ Vgl. oben B.I.6.b), S. 71.

angebracht. Weitere Angaben wie Datum des Abzugs, Titel des Motivs, Laborstempel oder eine Negativnummer können ebenfalls vorkommen.³²⁵

b) Limitierungsangaben auf einem Zertifikat

Gearbeitet wird aber auch mit „Echtheitszertifikaten“ oder „Certificates of Authenticity“,³²⁶ wobei diese vor allem im Bereich der Medien- und Konzeptkunst Verwendung finden.³²⁷ Auf Echtheitszertifikaten werden häufig Werktitel und Auflagenzahl angegeben und sie sind vom Künstler signiert. Teilweise werden diese Zertifikate rückseitig auf der Fotografie bzw. der Rahmenrückwand dauerhaft angebracht (z. B. aufgeklebt).³²⁸ Insoweit ist die Grenzziehung zwischen einer Limitierungsangabe auf dem Abzug und einem Zertifikat, welches z. B. durch Aufkleben mit dem Abzug untrennbar verbunden wurde, nicht exakt zu ziehen. Manchmal enthalten solche Zertifikate auch weitergehende Informationen und Vereinbarungen z. B. dahin gehend, dass der Künstler bereit ist, einen verblichene(n) Abzug³²⁹ zum Selbstkostenpreis gegen einen neuen Abzug auszutauschen.³³⁰ Dass der Eigentümer einer Fotografie im Fall des Verkaufs ein vorhandenes Echtheitszertifikat an den Käufer zu übergeben hat, wird teilweise explizit auf den Zertifikaten vereinbart. Die Aushändigung eines solchen Zertifikats (wo es vorhanden ist) an den Käufer, wird aber auch als Teil seiner kaufvertraglichen Nebenpflichten zu betrachten sein.

Wird eine Limitierungsangabe in der üblichen Form (hand-)schriftlich angebracht und außerdem noch ein Echtheitszertifikat ausgehändigt, so sind die Angaben stets im Zusammenhang zu sehen.

Im Bereich der Konzeptkunst enthalten solche Zertifikate in der Regel auch noch die Anleitung des Künstlers zur „Herstellung“ bzw. „Ausführung“ des Kunstwerks.

Ein einheitlicher Standard oder einheitliche Ausstattungsmerkmale für Echtheitszertifikate haben sich bislang nicht etabliert. Die Gestaltung ist

325 Vgl. *Phillips*, *Contemporary Photography*, 19.

326 Zu Echtheitszertifikaten allgemein *Hapgood/Lauf*, in: In Deed, 77 ff. Weiterhin *Phillips*, *Contemporary Photography*, 19, welche Sammlern vorschlägt, Fotografen grundsätzlich um ein solches Zertifikat zu bitten, selbst wenn diese es nicht standardmäßig anbieten.

327 Für Beispiele von Echtheitszertifikaten vgl. den Katalog *Hapgood/Lauf* (Hrsg.), In Deed. Für ein abgedrucktes Beispiel eines Echtheitszertifikats für eine Filminstallation von Christian Jankowski siehe *Horowitz*, *Art of the Deal*, 59.

328 Vgl. z. B. die Editionsauflöser von LUMAS; oben B.I.5, S. 62.

329 Vgl. oben B.I.6.c), S. 73.

330 Vgl. *Mosimann*, in: *Kunst & Recht*, 21.

sehr individuell. Letztendlich sind dem weiten Feld der Echtheitszertifikate auch handschriftliche „Bestätigungsschreiben“ des Künstlers zur Auflagenhöhe und Authentizität des Werks zuzurechnen, wie sie in der Praxis immer wieder angetroffen werden.³³¹

- c) Registrierung einer Limitierung bei entsprechenden Anbietern im Internet

Dem ambitionierten Hobbyfotografen wie auch dem professionellen Fotokünstler bieten inzwischen unterschiedliche Anbieter die Möglichkeit, Kunstwerke und insbesondere deren Limitierungen im Internet zu registrieren.

Der Papierhersteller „Hahnemühle“³³² gibt Interessenten unter www.myartregistry.com die Möglichkeit, ohne großen Aufwand ein Limitierungszertifikat für seine Werke zu schaffen. Das Konzept sieht vor, dass der Künstler ein aufwändig gestaltetes und mit Hologramm und anderen Sicherheitsmerkmalen versehenes blanko Echtheitszertifikat erwirbt und es mit den entsprechenden Daten ergänzt (Künstlernamen, Angaben zum Werk, Limitierung). Anschließend bringt der Künstler auf der Rückseite des Werks ein selbstklebendes Hologramm an, das eine fortlaufend vergebene, einmalige Nummerierung trägt, die ebenfalls auf dem Echtheitszertifikat angebracht ist. Echtheitszertifikate und Hologrammaufkleber werden paarweise verkauft. Hierdurch soll die Zuordnung des Echtheitszertifikates zum einzelnen Werkstück dauerhaft sichergestellt werden. Auf der Internetseite „www.myartregistry.com“ kann der Künstler anschließend das Werk mit Foto und Beschreibung sowie Angaben zur Auflage „registrieren“ und dadurch die Limitierung publik machen.

Vergleichbar ist die Dienstleistung des britischen Unternehmens „Blue-label“.³³³ Auch dieses Unternehmen bietet eine dauerhafte, virtuelle Registrierung von Kunstwerken an, inklusive der Möglichkeit, Daten in Bezug auf das Kunstwerk (wie z. B. zur Auflagenhöhe) zu hinterlegen. Die hinterlegten Daten können im Nachhinein nicht mehr geändert werden. Jedoch fehlt bei dem von „Blue-label“ bislang angebotenen Service eine physische

331 So in einem dem Autor bekannten Fall. Eine Vorlage für ein Echtheitszertifikat findet sich unter F, S. 325.

332 Hahnemühle produziert unter anderem hochwertige Papiere für Fotoabzüge.

333 Ursprünglich angeboten unter <http://www.bluelabel.net>. Derzeit (01.06.2016) ist die Internetseite offline. Eine Zusammenfassung der Unternehmenstätigkeit findet sich noch unter <http://en.wikipedia.org/wiki/BlueLabel>; abgerufen am 01.06.2016.

Zuordnung des tatsächlichen Werkstücks, wie sie bei www.myartregistry.com mithilfe des aufklebbaren Siegels vorgenommen wird.

Bislang kann allerdings nicht festgestellt werden, dass diese Form einer Dokumentierung der Limitierung weite Verbreitung gefunden hätte; dies gilt insbesondere für das „Hochpreissegment“³³⁴ der Fotokunst. Es bleibt abzuwarten, ob sich die genannten Geschäftsmodelle dauerhaft etablieren werden können.

d) Individualvertragliche Vereinbarung einer Limitierung

Einen Sonderfall stellt die Situation dar, dass zwischen Künstler und Sammler eine individualvertragliche Vereinbarung über das Kunstwerk getroffen wird, die auch Bestimmungen zur Limitierung enthält. Entscheidend dafür, ob es zu einer solchen Vereinbarung kommt, ist insbesondere die Verteilung der Verhandlungsmacht zwischen Künstler und Sammler. Ein „unbedeutender“ Privatsammler, der sein Werk auf dem Sekundärmarkt³³⁵ ersteht, wird kaum Gelegenheit haben, derartige Vereinbarungen mit dem Künstler zu schließen. Selbst wenn er die Möglichkeit hat, auf dem Primärmarkt ein Stück zu erwerben, so liegt hier im Fall von renommierten Künstlern die Verhandlungsmacht häufig bei diesen, sodass es für den Sammler auf eine „Take it or leave it“-Transaktion hinausläuft. Anders kann sich der Fall darstellen, wenn der Erwerber eine bedeutende Sammlung ist und der Künstler selbst ein großes Interesse daran hat, dort mit einem Werk vertreten zu sein. Gleiches gilt bei einem noch „unentdeckten“ Künstler, auf den ein bedeutender Sammler aufmerksam geworden ist. In diesen zuletzt genannten Fällen ist es durchaus möglich, dass ein Vertrag zwischen Sammler und Künstler aufgesetzt wird, der unter Umständen nicht einmal den Kauf selbst (der Kaufvertrag besteht auch im Primärmarkt regelmäßig zwischen Galerie und Sammler), sondern vielmehr die vielfältigen, vor allem urheberrechtlichen Beziehungen zwischen Urheber, Werk und Sammler regeln soll. Häufig beinhaltet ein solcher Vertrag die Vereinbarung einer gewillkürten Prozessstandschaft,³³⁶ damit der Sammler bestimmte Urheberrechtsverletzungen in Bezug auf das konkrete Werk eigenständig verfolgen kann. Ein weiterer

334 Kritisch zur Segmentierung des Kunstmarkts in dieser Weise, jedoch im Hinblick auf die Sorgfaltspflichten von Auktionshäusern *Jayne*, *Kunst & Recht Bulletin* 1/2013, 5.

335 Als Sekundärmarkt bezeichnet man im Unterschied zu den Atelier- oder Direktverkäufen (Primärmarkt), den Umsatz von bereits auf dem Kunstmarkt zirkulierenden Kunstwerken im Rahmen des Kunsthandels bzw. bei Auktionen; vgl. *Anton*, in: FS Siehr, 337.

336 Vgl. dazu *Bullinger/Bretzel/Schmalfuß*, *Urheberrechte*, Rn. 293.

typischer Inhalt im Bereich der Fotografie ist die Vereinbarung, dass der Künstler bei Bedarf eine „Exhibition Copy“³³⁷ zum Selbstkostenpreis für den Sammler anfertigt.

Im Kontext dieser Arbeit ist entscheidend, dass auch eine Bestätigung der Auflagenlimitierung Gegenstand eines solchen Vertrages zwischen Künstler und Sammler sein kann. Eine bestehende Limitierung kann so detaillierter vereinbart und konkretisiert werden. Gleichzeitig kann der Sammler mit dem Künstler eine Enthaltungspflicht bezüglich der Herstellung weiterer Exemplare desselben Werks ausdrücklich vereinbaren und die Bedeutung der limitierten Auflage auf diese Weise zementieren.

4. Die Auflagendefinition

Eine Limitierungsangabe in der Form „1/7“ gibt zunächst einmal an, dass die gesamte Auflage eines bestimmten Werks sieben Exemplare umfassen soll. „Ausformuliert“ müsste die Angabe daher in etwa lauten: „Dies ist Abzug Nr. 1 aus einer Auflage von insgesamt sieben Exemplaren dieses Werks.“ In der Praxis finden sich jedoch Bestrebungen der Hersteller solcher Auflagen, die oben genannte Aussage um Einschränkungen zu ergänzen und so diese „Definition der Auflage“³³⁸ in der einen oder anderen Weise zu verändern. Diese Veränderungen führen in der Regel zu einer Ausweitung der Gesamtauflage. Eine weitverbreitete Praxis ist z. B. die Herstellung von Abzügen desselben Motivs in unterschiedlichen Formaten, wobei die Zählung der Auflage für jedes Format gesondert vorgenommen wird.³³⁹ In diesem Fall müsste die „ausformulierte“ Limitierungsangabe lauten: „Dies ist Abzug Nr. 1 aus einer Auflage von insgesamt sieben Exemplaren dieses Werks *im Format* [...]“. Häufig ist eine solche Festlegung der konkreten Ausgestaltung der Limitierung der entscheidende Inhalt von Echtheitszertifikaten, insoweit sie Verwendung finden.³⁴⁰

Soweit ersichtlich, existiert bislang kein Versuch einer systematischen Beschreibung der verschiedenen praktizierten Definitionen von Auflagenlimitierungen. Überblickshaft sollen daher zunächst die möglichen Formen einer Auflagenlimitierung dargestellt werden, wie sie auf dem Kunstmarkt anzutreffen sind. Zudem werden die typischen Auflagendefinitionen mit schlagwortartigen Bezeichnungen versehen, um im weiteren Verlauf der

337 Siehe dazu oben B.I.6.b), S. 71.

338 Mosimann, in: Kunst & Recht, 21.

339 Hierzu ausführlich sogleich unten bei B.II.4.b), S. 86.

340 Vgl. Mosimann, in: Kunst & Recht, 21.

Arbeit die Bezugnahme zu erleichtern. Die Auslegung der Auflagendefinition wird später bei der Begründung der rechtlichen Verbindlichkeit von Auflagenlimitierungen eine entscheidende Rolle spielen.³⁴¹

a) „Motivbezogene“ Limitierung

Eine erste Möglichkeit ist es, die Limitierung auf das konkrete Motiv der Fotografie, mithin (rechtlich gesprochen) auf das urheberrechtliche Werk zu beziehen.

Jede Herstellung weiterer Abzüge desselben Werks über die festgelegte Auflage hinaus (beispielsweise auch in anderen Techniken oder Formaten) würde einer solchen Limitierung dann grundsätzlich widersprechen. Fraglich bliebe, ob hierdurch generell jede Vervielfältigung ausgeschlossen wäre (so z. B. auch der Druck von preiswerten Postern und anderen Artikeln für den „Museumshop“) oder ob sich das Versprechen des Künstlers, sich der Herstellung von weiteren Werkexemplaren zu enthalten, stets nur auf „hochwertige“, d. h. „sammlungswürdige“ Herstellungstechniken und Ausstattungsmerkmale beschränkt.³⁴²

Fragen können sich auch im Hinblick darauf stellen, ab wann von einem „anderen“ Werk (Motiv) gesprochen werden kann. Dies kann z. B. dann relevant werden, wenn der Künstler eine Fotografie nachträglich durch digitale Technik verändert oder schlicht den Bildausschnitt anders beschnitten hat.³⁴³

b) „Formatbezogene“ Limitierung

Wie bereits in der Einleitung dieses Abschnitts erwähnt, kann eine Limitierung auch nur auf das konkrete Motiv *in dem konkreten Format* bezogen werden. So ist es durchaus üblich, dass ein Fotograf dasselbe Motiv in einem großen (deutlich teureren) Format in wenigen Stücken abziehen lässt und gleichzeitig eine größere (zusätzliche und neu nummerierte) Auflage des

341 Unten D.II.2.c), S. 188.

342 Diese Frage wird unten in D.II.2.c)(3)(ff), S. 200, ausführlich beantwortet.

343 Ein Beispiel bildet insoweit das von ihm unbetitelt aber allgemein als „Tricycle“ bezeichnete Werk von William Eggleston, von welchem sowohl Abzüge existieren, die im rechten Bildrand die Front eines geparkten Fahrzeugs zeigen, als auch solche, bei denen das Bild noch vor dem Fahrzeug beschnitten ist. Ein Beispiel für die Veränderung der gesamten Bildkomposition bildet das Werk „An Eviction“ von Jeff Wall (dazu bereits oben B.I.3, S. 55).

Motivs in einem kleineren (und dadurch preiswerteren) Format anbietet.³⁴⁴ Auf dem einzelnen Werkstück wird dabei aber häufig nur die Höhe der Teilaufgabe des konkreten Formats vermerkt, sodass sich der Sammler tendenziell im Unklaren über den tatsächlichen Angebotsumfang eines bestimmten Motivs befindet. Teilweise wird diese Praxis für intransparent gehalten³⁴⁵ und daher vorgeschlagen, dass – wenn schon mehrere Formate aufgelegt werden – die Auflage immer (d. h. insbesondere auf jedem Werkstück) als *Gesamtauflage* angegeben werden sollte, welche alle Abzüge in sämtlichen Formaten umfasst.³⁴⁶ Eine Auflage, bei der zwei Exemplare in einem Monumentalformat und 25 Exemplare in einem kleineren Format abgezogen wurden, sollte dann auf allen Abzügen die Zahl 27 als Auflagenhöhe ausweisen. Bislang kann jedoch nicht festgestellt werden, dass eine solche Praxis in größerem Maße branchenüblich wäre.

Eine solche Vorgehensweise wirft allerdings stets die Frage auf, ab wann überhaupt von einem „anderen“ Format gesprochen werden kann. Plakativ formuliert: Reicht es hierzu aus, eine Fotografie statt im Format 8 x 10 cm in einem Format 8,1 x 10,1 cm anzubieten?³⁴⁷ Auch insoweit fehlt es bislang an klaren Richtlinien, was dazu führt, dass der Sammler auf sein Vertrauen in die Redlichkeit des Künstlers bzw. dessen Vertreter verwiesen ist.

c) „Ausstattungsbezogene“ Limitierung

Eine weitere im Kunstmarkt anzutreffende Praxis ist es, zusätzliche Abzüge desselben Motivs in einem verwandten, aber doch anderen als dem ursprünglichen Medium als neue Auflage herauszugeben (typischerweise

344 Vgl. zu dieser Praxis *Badger*, *Collecting*, 74; *Finkel*, *Fotogeschichte* 105/2007, 59 (60); *Phillips*, *Contemporary Photography*, 19 f. Ein Beispiel für eine Auflage mit unterschiedlichen Formaten stellt auch eine der teuersten Fotografien, Andreas Gurskys „Rhein II“, dar. Auf dem Abzug ist als Auflagenhöhe „6“ vermerkt, wobei die einzelnen Fotografien der Auflage in unterschiedlichen Größen abgezogen wurde. Der „Rekordabzug“ ist gleichzeitig derjenige im größten Format. Vgl. <http://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-15689652>, abgerufen am 01.06.2016.

345 *Badger*, *Collecting*, 74; vgl. auch schon bei *Dennis/Dennis*, *Collecting Photographs*, 110. Vgl. weiterhin *Schrickner*, *VerlagsR*, § 2 *VerlG Rn.* 41, der im Bereich des Kunstverlagswesens dem Künstler grundsätzlich eine Enthaltungspflicht für Werkexemplare in anderen Größen auferlegt, da sie in „unzumutbarer Konkurrenz“ zu den anderen Werkstücken stünden.

346 *Finkel*, *Fotogeschichte* 105/2007, 59 (60).

347 Vgl. *Dennis/Dennis*, *Collecting Photographs*, 110. Beispiele bilden die Neuabzüge von William Eggleston (oben B.III.2, S. 92) sowie die zusätzlichen Abzüge von Stephanie Schneider (oben B.I.5.a), S. 64.

nach dem Ausverkauf der ersten Auflage).³⁴⁸ Dies geschieht häufig in Form sogenannter „Portfolios“.³⁴⁹

Ein Beispiel für dieses Vorgehen findet sich bei dem japanischen Fotografen Hiroshi Sugimoto, der unter anderem für seine Fotoserien von Meeresansichten bekannt geworden ist, auf denen ausschließlich Wasser, Horizont und Himmel zu sehen sind und die jeweils mit einer Angabe versehen sind, um welche Wasserfläche es sich handelt. Die Fotografien aus dem Zeitraum von 1980–1991 waren zunächst als Fotoabzüge im Format 42,3 x 54,2 cm in einer Auflage von 25 Stück erschienen.³⁵⁰ Anlässlich einer großen Retrospektive im Jahre 1991 wurden dieselben Motive als Offset-Lithografien³⁵¹ noch einmal aufgelegt. Dabei wurden 50 Motive aus dem genannten Zeitraum in einem sogenannten „Portfolio“ mit dem Titel „Time Exposed“ zusammengefasst. Die Portfolios (von denen also jedes 50 Lithografien enthielt) wurden auf eine Gesamtzahl von 500 Stück limitiert.³⁵² Letztlich kamen somit von jedem Motiv weitere 500 Exemplare als Lithografien auf den Markt, da die Portfolios keine feste Einheit bilden, sondern einzelne Blätter sind, die in einem Schmuckkarton zusammengefasst werden. Regelmäßig kommt es im Laufe der Zeit (und so auch bei „Time Exposed“) dazu, dass die Portfolios in ihrem Wert steigen und dass die einzelnen Blätter des Portfolios von geschäftstüchtigen Personen getrennt verkauft werden.

Ähnlich gestaltet sich die Praxis der Herausgabe von Portfolios, die *nicht* in einem anderen Medium hergestellt werden.³⁵³ Diese werden ebenfalls häufig erst im Nachhinein (beispielsweise im Zusammenhang mit Retrospektiven) aufgelegt und sind meistens – auch aufgrund der höheren Auflage – preiswerter als die vorangegangenen Werkstücke.³⁵⁴ Denkt man sich Portfolios im Bereich der historischen Fotografie, so würden die in ihnen

348 *Badger*, *Collecting*, 76; aus der Anfangszeit dieser Praxis *Dennis/Dennis*, *Collecting Photographs*, 107 ff. vgl. auch *Mosimann*, in: *Kunst & Recht*, 21.

349 Zu einem Rechtsstreit im Zusammenhang mit einem limitierten Portfolio vgl. sogleich unten B.III.1, S. 91.

350 *Mosimann*, in: *Kunst & Recht*, 21.

351 Nach der in dieser Arbeit vertretenen Ansicht würde ein solches Portfolio aufgrund des deutlichen Abstands der „Anmutung“ einer Lithografie von einem Silbergelatineabzug grundsätzlich nicht die ursprünglich vereinbarte Limitierung verletzen. Ausführlich später bei D.II.2.c)(3)(ee), S. 199, sowie D.II.2.c)(3)(ff), S. 200.

352 Vgl. für ein Auktionsangebot aus diesem Portfolio das Archiv des Auktionshauses Phillips de Pury: <http://www.phillips.com/detail/HIROSHI-SUGIMOTO/NY000109/59>, abgerufen am 01.06.2016.

353 *Dennis/Dennis*, *Collecting Photographs*, 107 ff., 179 ff. Ein Beispiel bilden die oben erwähnten „Parmelian Prints of the High Sierras“ von Ansel Adams; oben B.I.1.a), S. 38.

354 Vgl. *AIPAD* (Hrsg.), *Collecting Photographs*, 41.

enthaltenen Abzüge aufgrund des zeitlichen Abstands zur Aufnahme im Regelfall auch nicht mehr als Vintage-Abzüge bezeichnet werden können.

Bei den Fotobüchern, die immer häufiger werden und inzwischen ein eigenes Marktsegment bilden, besteht die Gefahr, dass zusätzliche Abzüge auf den Markt kommen, von vorneherein nicht. Im Übrigen ist davon auszugehen, dass die Fotobücher ohnehin nicht unter ein mit der Auflagenlimitierung abgegebenes Limitierungsversprechen gefasst werden können.³⁵⁵

Zu beachten ist jedoch, dass diese Bücher häufig ebenfalls als limitierte Auflagen angeboten werden (Bezugsobjekt der Limitierung ist dann das konkrete Fotobuch) und dass für diese Limitierung natürlich sinngemäß gilt, was im Rahmen der vorliegenden Arbeit zu limitierten Abzügen ausgeführt wird.

d) „Open Edition“

Als „Open Edition“ werden im Kunstmarkt zahlenmäßig nicht begrenzte Auflagen bezeichnet.³⁵⁶ Es stellt sich hier schon die Frage, ob man in diesem Zusammenhang überhaupt noch sinnvoll von einer „Auflage“ sprechen kann. Der Begriff der Auflage setzt sprachlich voraus, dass mit diesem eine bestimmte (zahlenmäßig abgrenzbare) Gruppe von Objekten eindeutig bestimmt werden kann (gleichsam dem Begriff der „Charge“). De facto wird das Kunstobjekt einer Open Edition jedoch auf Nachfrage immer wieder hergestellt, und es wird zwischen den bereits hergestellten und noch herzustellenden Objekten nicht weiter differenziert. Das in einer „Open Edition“ verlegte Kunstwerk ist zumindest potenziell ein echtes „Massenprodukt“. Der Begriff der Open Edition ist daher eigentlich der Hinweis, dass es sich gerade *nicht* um eine (limitierte) Auflage handelt. Der Fall ist vergleichbar dem „Books-on-Demand“-Service im Bereich der Buchherstellung.³⁵⁷ Auch dort kann nicht mehr im eigentlichen Sinne von einer „Auflage“ gesprochen werden, da das Buch nur aufgrund einer konkreten Nachfrage und in Höhe dieser Nachfrage gedruckt wird.³⁵⁸

355 Dazu ausführlich unten D.II.2.c)(3)(ff), S. 200.

356 Beispielsweise werden die „LUMAS minis“ in einer „open edition“ verlegt, siehe oben B.I.5, S. 62. Aber auch einige etablierte Fotokünstler wie z. B. der US-Amerikaner Lee Friedlander verlegen ihre Fotografien in „unlimitierten Auflagen“.

357 Vgl. zu dieser Form der Verlegung von Büchern: <http://www.bod.de/>, abgerufen am 01.06.2016.

358 Vgl. den Wikipedia-Artikel „Auflage einer Publikation“; http://de.wikipedia.org/wiki/Auflage_einer_Publikation, abgerufen am 01.06.2016.

Eine Open Edition ist daher gerade keine Auflage und darf unter keinen Umständen mit einer *limitierten* Auflage verwechselt werden. Ein Begriff wie „small open edition“³⁵⁹ muss letztlich als selbstwidersprüchlich eingestuft werden.

5. Preisgestaltung bei limitierten Auflagen

Zunächst unterliegen auch künstlerische Fotografien dem allgemeinen Gesetz von Angebot und Nachfrage, sodass davon auszugehen ist, dass der Preis für ein einzelnes Werk umso höher ausfällt, je geringer das Angebot, das heißt, desto kleiner die Auflage ist.³⁶⁰

Weiterhin verbindet sich mit Auflagenlimitierungen häufig auch eine typische Form der Preisgestaltung, die als „step pricing“ bezeichnet werden kann.³⁶¹ Hierbei verkauft ein Galerist die einzelnen Abzüge mit zunehmendem Ausverkauf immer teurer. So könnten z. B. bei einer Auflage von neun Exemplaren die ersten drei Exemplare für 1.000 Euro, die nächsten drei für 1.500 Euro und die letzten drei für 2.000 Euro angeboten werden. Das System belohnt somit die Entscheidungsfreudigkeit des Sammlers, der schnell bzw. frühzeitig zugreift.³⁶² Zugleich wird jedoch auch das Prinzip der Wertssteigerung durch die Limitierung unterstrichen, indem sogar innerhalb der abgeschlossenen Limitierung noch einmal nach unterschiedlichen (fortschreitenden) Knappheitsgraden des Angebots differenziert wird. Dies schürt gleichzeitig die Erwartungshaltung des Käufers eines Editionswerks dahin gehend, dass sich die Steigerung des Preises erst recht nach Ausverkauf der gesamten Edition weiter fortsetzen wird.

Zudem existiert die bereits oben angesprochene Praxis, dasselbe Motiv in verschiedenen Formaten zu unterschiedlichen Preisen anzubieten. Dort,

359 Vgl. dazu oben B.I.5.b), S. 66.

360 Vgl. z. B. die Aussagen von Jonathan Sobel bei Walker, Q&A: Art Collector Jonathan Sobel Explains His Beef with William Eggleston (Internetquelle). Vgl. weiterhin Albin, Photography in New York International May/June 2002, 32; Doenitz, art on paper, May/June 2007, 20 (21) und Finkel, Fotogeschichte 105/2007, 59 (60). Vgl. auch artprice.com, The Art Price Annual Report 2011/2012, 29, wo es in Bezug auf eine Fotografie von Cindy Sherman, welche in 2012 um 450.000 USD niedriger zugeschlagen wurde als im Jahr davor, heißt: „This counter-performance repositioned the work in the estimated 2011 range, which seems more reasonable considering that there are 10 copies of this photograph.“ Zuletzt auch Bauschke, FAZ v. 22.08.2015, 15.

361 Vgl. Badger, Collecting, 77; Dixon, A Short History of Photograph Collecting (Internetquelle); Phillips, Contemporary Photography, 20; Smyth, British Journal of Photography, The numbers game (Internetquelle).

362 Badger, Collecting, 77.

wo eine formatbezogene Limitierung verfolgt wird, sind häufig eine geringere Anzahl von Exemplaren in einem Großformat zu höherem Preis sowie eine höhere Menge von Exemplaren in einem kleineren Format zu entsprechend niedrigerem Preis im Angebot.³⁶³ Ob die unterschiedlichen Formate dann eine einheitliche oder zwei getrennte (und auch unabhängig voneinander gezählte) Editionen bilden, wird unterschiedlich gehandhabt.³⁶⁴

Möglich ist selbstverständlich auch die Herstellung unterschiedlicher Motive in verschiedenen Auflagenhöhen, mit dem Ziel, eine Preisdifferenzierung innerhalb des Gesamtwerks zu erreichen. So hat die amerikanische Fotokünstlerin Cindy Sherman – neben ihren inzwischen teilweise im Millionenbereich gehandelten Motiven in einstelligen Auflagenhöhen – zudem bewusst bestimmte Motive in dreistelligen Auflagenhöhen aufgelegt, um deren Erwerb „demokratischer“ zu gestalten.³⁶⁵ Erwartungsgemäß werden die Motive in höheren Auflagen zu deutlich niedrigeren Preisen gehandelt.³⁶⁶

III. Praktische Relevanz der Fragestellungen dieser Arbeit

Die praktische Relevanz der im Laufe dieser Arbeit zu beantwortenden Fragen verdeutlichen zwei Gerichtsverfahren, die auch von einem entsprechenden Echo in der Presse begleitet wurden.

1. Der Fall „Areal der Zeit“

Es handelt sich hierbei um ein Gerichtsverfahren aus dem Jahre 2004, das leider vor einer richterlichen Entscheidung durch Vergleich beigelegt wurde:³⁶⁷ Ein Unternehmer hatte einen Fotokünstler damit beauftragt, über mehrere Jahre hinweg die bauliche Entwicklung einer Industriebrache künstlerisch zu begleiten, indem er sie fotografisch festhielt (Titel „Areal der Zeit“). Über zehn Jahre hinweg fertigte der Künstler jährlich eine von den Beteiligten als „Portfolio“ bezeichnete Mappe an, in der eine Auswahl der in dem jeweiligen

363 *Smyth*, British Journal of Photography, The numbers game (Internetquelle).

364 Vgl. oben B.II.4.b), S. 86, sowie das Beispiel bei *Smyth*, British Journal of Photography, The numbers game (Internetquelle).

365 Vgl. den Artikel *Kutscher*, Handelsblatt vom 9./10./11. März 2012, 90 (91).

366 *Kutscher*, Handelsblatt vom 9./10./11. März 2012, 90 (91).

367 Die nachfolgende Zusammenfassung beruht auf der Berichterstattung aus der Tagespresse: *Wiedemann*, SZ vom 3. Februar 2004, 44. Zum Ausgang des Verfahrens durch Vergleich: *Sachs*, FAZ vom 3. April 2004, 47.

Jahr entstandenen Fotografien thematisch zusammengefasst war. Vereinbarungsgemäß wurden die „Portfolios“ in einer Auflage von drei Stück (je eines für den Auftraggeber, den Künstler und dessen Galeristen) hergestellt. Nach Abschluss des Projekts begannen zunehmend Sammler auf den Künstler aufmerksam zu werden, und es fanden Ausstellungen der bei dem Bauprojekt entstandenen Fotografien statt. Schließlich kam es zum Streit, als der Künstler anfang, Fotografien, die auch in den limitierten „Portfolios“ enthalten waren, in einer Auflage von elf abziehen und an Sammler zu verkaufen. Der Unternehmer und Auftraggeber des Projektes, der zu diesem Zeitpunkt mehr als 100.000 Euro in das Projekt investiert hatte, versuchte, den Künstler auf Unterlassung von weiteren Vervielfältigungen und des Vertriebes der Fotografien in Anspruch zu nehmen, da der Künstler hierdurch die bei den „Portfolios“ vereinbarte Auflagenbegrenzung verletze. Der Auftraggeber argumentierte unter anderem damit, dass er die hohen Produktionskosten von 100.000 Euro nicht getragen hätte, wenn er nicht die Aussicht auf ein auf lediglich drei Exemplare limitiertes Kunstwerk gehabt hätte. Der Künstler hielt dem entgegen, „nur“ die „Portfolios“ seien limitiert, was jedoch nichts über die nachträgliche Vervielfältigung in Form von „Auflagen“ aussage. Am Ende wurde der Streit in einem Vergleich beigelegt, was von der Presse mit Enttäuschung quittiert wurde, hätte doch die Möglichkeit bestanden, den „Wert der Auflagenkennzeichnung in der Fotografie“³⁶⁸ richterlich zu überprüfen. Eine insoweit klärende, richterliche Entscheidung – jedenfalls vor einem deutschen Gericht – steht (soweit mitgeteilt) bis heute aus.

2. Der Fall „Sobel v. Eggleston“

Bei dem Fall „Sobel *versus* Eggleston“³⁶⁹ handelt es sich um ein Gerichtsverfahren aus den Vereinigten Staaten von Amerika, bei dem der Sammler Jonathan Sobel den Fotokünstler William Eggleston sowie dessen Söhne in ihrer Eigenschaft als „Trustees“ des „Eggleston Artistic Trust“³⁷⁰ vor dem „United States District Court for the Southern District of New York“ ver-

368 Wiedemann, SZ vom 3. Februar 2004, 44.

369 *Sobel v. Eggleston*, United States District Court for the Southern District of New York, Az. 12 CIV 2551.

370 Der „Eggleston Artistic Trust“ ist eine Stiftung amerikanischen Rechts mit folgender Zielsetzung: „It is an organization dedicated to the representation and preservation of the work of William Eggleston.“. Näheres im Internet unter <http://www.egglestontrust.com>. Zu Kunststiftungen und ihrer Bedeutung aus Sicht des deutschen Rechts vgl. *Mercker*, Der Sammler.

klagte.³⁷¹ Eggleston (geboren 1939) gilt als einer der Wegbereiter im Bereich der künstlerischen Farbfotografie. Er rückt auf den von ihm gewählten Motiven zumeist völlig alltägliche Anblicke des „American Way of Life“ in besondere Blickwinkel und überhöht dadurch die eigentlich unspektakulären Sujets. Charakteristisch für seine Fotografien und von Sammlern geschätzt ist deren starke Farbsättigung.³⁷² Sobel sammelt Werke von Eggleston seit über zehn Jahren³⁷³ und schätzt den Wert der um die 190 Fotografien in seinem Eigentum (vor der Auflagenüberschreitung) auf 3 Mio. bis 5 Mio. USD. Ausgangspunkt des Rechtsstreits sind nur acht Fotografien aus seiner Sammlung, die Jonathan Sobel zwischen den Jahren 2008 und 2011 insbesondere von Auktionshäusern gekauft hatte. Zu diesen Fotografien gehört auch eine „Ikone“ aus Egglestons Œuvre: Eine Fotografie, die ein Dreirad („Tricycle“) in einer Vorstadtstraße zeigt, wobei das Motiv aus der Froschperspektive aufgenommen ist und das Dreirad hierdurch eine monumentale Wirkung erhält.

Die acht streitgegenständlichen Fotografien waren zum Zeitpunkt des Kaufs durch Sobel in einer Höhe von 20 Exemplaren limitiert und 1980 mit einer als „dye transfer“³⁷⁴ bezeichneten Technik im Format 16 x 20 Zoll (40,64 x 50,8 cm) hergestellt worden. Am 31. Januar 2012 kündigte das Auktionshaus Christie's in einer Pressemitteilung an, dass auf einer Auktion am 12. März 2012 in New York neu hergestellte Fotografien von Eggleston versteigert würden. Für diese Fotografien, die in der Technik des „pigment print“³⁷⁵ produziert wurden, fanden teilweise bislang unveröffentlichte Ne-

371 Die hier wiedergegebenen Fallinformationen stammen – soweit nicht anders angegeben – aus den Verfahrensdokumenten, insbesondere der Klageschrift, welche sämtlich im Internet unter <http://www.pacer.gov> öffentlich zugänglich sind. Zur Berichterstattung in der deutschen Presse vgl. *Kutscher*, Gute Stimmung bei Sammlern, Handelsblatt vom 13./14./15.04.2012, 75. Weiterhin *Michl*, art value (Ausgabe 10) 2012, 62 (63 ff.); *Michl*, Photonews 6/2012, 4.

372 *Risch*, Eggleston's First-Ever Large Pigment Prints Earn 5.9 Million at Auction (Internetquelle).

373 So Jonathan Sobel selbst im Interview bei *Walker*, Q&A: Art Collector Jonathan Sobel Explains His Beef with William Eggleston (Internetquelle).

374 Im Deutschen wird das Verfahren auch als „Reliefdruck“ bezeichnet. Es handelt sich hierbei um eine äußerst aufwändige Technik für den Druck von Fotografien. Das Verfahren wird vom Hersteller Eastman Kodak seit 1996 nicht mehr angeboten, obwohl die Druckergebnisse gegenüber allen heute gebräuchlichen Techniken sowohl im Hinblick auf Farbqualität als auch Haltbarkeit als überlegen angesehen werden. Heute bieten spezialisierte Unternehmen eine zeitgemäße Variante des Verfahrens wieder für den Druck von künstlerischer Fotografie an. Vgl. auch *AIPAD* (Hrsg.), *Collecting Photographs*, 33.

375 Die Technik entspricht der des „inkjet print“, wobei bei den als „pigment print“ bezeichneten Drucken in der Regel mit wasserunlöslichen Pigmenten gearbeitet wird, was

gative, teilweise jedoch auch einige seiner „Meisterwerke“ Verwendung. Im Rahmen der Neuauflage wurden die Motive im Format 44 x 60 Zoll (111,76 x 152,40 cm) in einer Auflage von zwei Exemplaren aufgelegt. Erklärtes Ziel des Verkaufs der Monumentalformate war es, den Künstler Eggleston auch bei den (häufig finanziell sehr potenten) Sammlern zeitgenössischer Kunst bekannt zu machen, die angeblich großformatige Werke besonders schätzen.³⁷⁶ Versteigert wurde jeweils nur ein Exemplar der neu aufgelegten Fotografien, während das andere im Eigentum des „Eggleston Artistic Trust“ verblieb, der sich zudem verpflichtete, diese Fotografien jedenfalls binnen der nächsten drei Jahre nicht zu verkaufen.³⁷⁷ So wurde unter anderem die erwähnte Fotografie des Dreirads versteigert, welche sich in ihrer ursprünglichen Auflage in der Sammlung von Sobel befindet. Diese setzte mit einem Kaufpreis von 578.500 USD einen neuen Preisrekord für Werke von Eggleston.³⁷⁸

Mit seiner am 3. April 2012 eingereichten Klage machte Sobel gegenüber Eggleston und dessen Söhnen Ansprüche auf Schadensersatz und Unterlassung geltend. Sobel argumentierte, dass er sich beim Kauf der Werke in limitierter Auflage auf das Exklusivitätsversprechen des Künstlers verlassen hätte, während dieser jedoch – wie sich durch den Verkauf bei Christie’s jetzt gezeigt habe – (arglistig oder zumindest fahrlässig) niemals zu seinem Wort hätte stehen wollen.³⁷⁹ Weiterhin berief sich der Kläger auf den Gesetzeszweck des „New York Art and Cultural Affairs Law“³⁸⁰, welches be-

unter anderem die Haltbarkeit der Drucke erhöht. Vgl. *AIPAD* (Hrsg.), *Collecting Photographs*, 37.

376 So die Aussage des Christie’s Mitarbeiters Joshua Holdeman bei *Risch*, *Eggleston’s First-Ever Large Pigment Prints Earn 5.9 Million at Auction* (Internetquelle).

377 *Risch*, *Eggleston’s First-Ever Large Pigment Prints Earn 5.9 Million at Auction* (Internetquelle).

378 *Risch*, *Eggleston’s First-Ever Large Pigment Prints Earn 5.9 Million at Auction* (Internetquelle). Vgl. auch das Los im Internetarchiv des Auktionshauses Christie’s unter <http://www.christies.com/lotfinder/photographs/william-eggleston-untitled-1970-5536850-details.aspx?from=salesummary&intObjectID=5536850&sid=4bb21ca9-b6f1-4c8c-ab36-e094e803544c>, abgerufen am 01.06.2016.

379 Die Klage beruft sich insoweit auf eine „fraudulent misrepresentation“ bzw. „negligent misrepresentation“. Im Übrigen wird die Klage auf die Rechtsgrundsätze des „unjust enrichment“ sowie „promissory estoppel“ gestützt.

380 Im Volltext abrufbar unter <http://codes.lp.findlaw.com/nycode/ACA>, abgerufen am 01.06.2016. Der Kläger berief sich insbesondere auf die Definition des Art. 11.01 (10) des Gesetzes, welcher jedoch für sich noch keinen Anspruch gewährt. Art. 15 des Gesetzes, welcher Ansprüche des Käufers beinhaltet, krankt jedoch an demselben Problem wie das deutsche Kaufrecht, indem bei *nachträglichen* Aufлагenerhöhungen keine Ansprüche vermittelt werden (dazu ausführlich unten E.III.1.c), S. 291). Ein Anspruch aus Art.

stimmte Aspekte des Verkaufs von Kunstwerken in limitierten Auflagen regelt.

Jonathan Sobel ließ vortragen, aufgrund der Herstellung der zusätzlichen Fotografien seien acht seiner Fotografien, die vor dem Verkauf bei Christie's einen Wert von geschätzten 850.000 USD gehabt hätten, nun signifikant in ihrem Wert gemindert. Die konkrete Wertminderung sollte im Laufe des Verfahrens bewiesen werden. Aufgrund der Behauptung, dass Eggleston und seine Söhne vorsätzlich gehandelt hätten, verlangte Sobel zudem die Verhängung eines Strafschadensersatzes („punitive damages“)³⁸¹ gegenüber den Beklagten. Darüber hinaus verlangte Sobel, die Beklagten dahingehend zu verurteilen, für die Zukunft die Anfertigung zusätzlicher Abzüge von ursprünglich limitierten Werken zu unterlassen.

Der Prozess endete erstinstanzlich am 28. März 2013 damit, dass das Gericht einer „Motion to dismiss“ der Beklagten statt gab. Dies entspricht einer Abweisung der Klage im deutschen Prozessrecht als „unschlüssig“. Die Richterin entschied den Fall also ohne Durchführung einer mündlichen Verhandlung, da sie schon aufgrund der Aktenlage keinen Anspruch des Klägers erkennen konnte. Dabei warf sie der Klägerseite insbesondere vor, ungenügend substantiiert zu haben, dass das ursprüngliche Limitierungsversprechen auch die Produktion von „Subsequent Editions“ ausschloss.³⁸² Der Vorwurf habe sich auf eine Ausweitung bzw. Erhöhung der ursprünglichen Auflage gerichtet. Die *ursprüngliche* Auflage sei hingegen nicht erweitert worden. Vielmehr handele es sich bei den vorliegenden, neuen Abzügen „offensichtlich“ um eine „Subsequent Edition“ („Nachauflage“), da sich die Abzüge sowohl in der Technik als auch im Format „signifikant“ von der ursprünglichen Auflage unterschieden.³⁸³

Nach deutschen prozessualen Standards ist davon auszugehen, dass eine solche Klage jedenfalls nicht als „unschlüssig“ abgewiesen worden wäre, sondern zumindest Beweis (und sei es durch Inaugenscheinnahme) über die

15.03 (6.(c)) des Gesetzes könnte sich jedoch für die Käufer der bei Christie's angebotenen Abzüge ergeben, wenn sie nicht auf die Existenz der Vorauflagen hingewiesen wurden.

381 Es handelt sich hierbei um ein dem deutschen Recht dem Grunde nach unbekanntes, im anglo-amerikanischen Rechtskreis hingegen übliches Instrument. Während der Schadensersatz nach deutscher Rechtstradition den Zweck hat, die Einbußen des Geschädigten zu kompensieren, ihn jedoch keinesfalls besser zu stellen, als er ohne den Schadenseintritt gestanden hätte, kommt den „punitive damages“ zudem eine erzieherische Funktion im Hinblick auf den Schädiger zu. Sie können deshalb in ihrer Höhe den eigentlich wirtschaftlich entstandenen Schaden weit übersteigen. Im Detail *Mörsdorf-Schulte, Punitive Damages*, 53 ff., 60 ff.

382 *Memorandum and Order* („Klageabweisung“) vom 28.03.2013, S. 12 f.

383 *Memorandum and Order* („Klageabweisung“) vom 28.03.2013, S. 13.

Frage hätte erhoben werden müssen, ob sich die Abzüge tatsächlich signifikant unterscheiden. Weiterhin hätte sich die Richterin unter Geltung des deutschen Rechts wohl nicht auf den Standpunkt zurückziehen können, dass der Kläger die Existenz des „Limitierungsversprechens“ und dessen Inhalt ungenügend substantiiert habe. Vielmehr hätten sich die entscheidenden Fragen im Rahmen der rechtlichen Würdigung des Limitierungsversprechens gestellt. Zu dieser Rechtsfrage hätte der Kläger aber nicht vortragen müssen. Grundsätzlich kritikwürdig erscheint auch die Auffassung der Richterin, dass eine „Subsequent Edition“ prinzipiell möglich sein soll, widerspricht dies doch dem inhärenten Zweck (bzw. sogar dem Wortsinn) einer Auflagenlimitierung relativ offensichtlich.

Gegen die Entscheidung der Richterin wurde vom Kläger Berufung eingelegt, diese jedoch wenig später zurückgenommen. Dieses Vorgehen legt zumindest den Verdacht nahe, dass sich die Beteiligten doch noch außegerichtlich geeinigt haben könnten.

Als wesentlicher Unterschied zum deutschen Recht bleibt auch noch festzuhalten, dass die in diversen amerikanischen Bundesstaaten (und so eben auch in New York) existierenden „Cultural Affairs Laws“ teilweise sehr genaue Vorschriften zu den Informationspflichten des Verkäufers von Kunstwerken in limitierten Auflagen enthalten, sodass insoweit zumindest ein gesetzlicher Anknüpfungspunkt für eine richterliche Entscheidung besteht. Entsprechende Gesetzgebung existiert in Deutschland bislang nicht, sodass vor einem deutschen Gericht eine Antwort auf die Frage, inwieweit eine Auflagenlimitierung verbindlich sein kann, durch das erkennende Gericht nur aus dem Vertragsinhalt und dabei praktisch notwendig im Wege der „ergänzenden Vertragsauslegung“ unter Berücksichtigung der Verkehrsanschauung geschöpft werden müsste.

Im Ergebnis ist der (juristische) Erkenntnisgewinn aus dem New Yorker Beschluss für die Situation unter deutschem Recht daher gering, wengleich der Fall die Aktualität und praktische Relevanz der aufgeworfenen Fragestellungen deutlich unterstreicht.

IV. Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse dieses Kapitels

Die Fotografie ist mit noch nicht einmal 200 Jahren ein vergleichsweise junges Medium. Noch jünger ist ihre breite Anerkennung als genuines künstlerisches Ausdrucksmittel. Einen echten Markt für Fotokunst kann man erst seit den 1970er Jahren beobachten. Der Aufschwung der Fotografie als Kunstgattung, welcher sich in einem ständig breiter werdenden Angebot sowie kontinuierlich steigenden Preisen äußert, hält immer noch an.

Aufgrund der späten Herausbildung eines Markts waren Fotografien vor 1970 in der Regel auch nicht für den Kunsthandel geschaffen worden. Ihre erst „nachträglichen Entdeckung“ als sammelwürdige Kunstobjekte macht sie in gewisser Weise zu einem „Zufallsprodukt“. Diese Fotografien kann man unter dem Begriff der historischen Fotografie zusammenfassen.

Eine wertmäßige Differenzierung zwischen verschiedenen Abzügen aus dem Bereich der historischen Fotografie wird auf dem Kunstmarkt im Regelfall danach vorgenommen, wann der Abzug hergestellt wurde. Ein in möglichst unmittelbarer zeitlicher Nähe zur Aufnahme des Motivs entstandener Abzug erreicht dabei als sogenannter Vintage Print häufig die höchste Wertschätzung.

Erst mit der Herausbildung eines eigenen Markts und der breiten Anerkennung der Fotografie als Kunst stieg die Zahl von erklärten Fotokünstlern und es bildeten sich medienpezifische Gepflogenheiten heraus. Eine besondere Bedeutung für die zeitgenössische Fotografie hat die Herstellung der Abzüge in limitierten Auflagen – eine Praxis, die in der historischen Fotografie weitgehend unüblich war. Im Gegenzug verlieren begriffliche Unterscheidungen wie der des Vintage Print für die zeitgenössische Fotografie ihre Bedeutung.

Funktionell hat die Unterscheidung von Vintage Prints und Later Prints im Bereich der historischen Fotografie große Gemeinsamkeiten mit der Anfertigung einer limitierten Auflage in der zeitgenössischen Fotografie. Beiden Vorgehensweisen ist gemein, dass sie ein quantitativ eindeutig abgegrenztes Spektrum von Werkexemplaren schaffen, die zudem außerordentlich rar sind. In unmittelbarem Zusammenhang hiermit steht die hohe finanzielle Wertschätzung von Vintage Prints und Auflagenwerken.

Heutzutage hat die Fotografie einen hohen Stellenwert im Bereich der zeitgenössischen Kunst, was sich z. B. auch durch eine entsprechende Begeisterung der breiten Massen bemerkbar macht. LUMAS ist ein Unternehmen, das von diesem Zeitgeist profitiert.

Problematisch für die Fotografie als werthaltiges Objekt (einige Exemplare werden inzwischen in Millionenhöhe gehandelt) ist, dass Fotoabzüge unter Ausstellungsbedingungen nur eine begrenzte Haltbarkeit aufweisen. Diese Tatsache, verbunden mit der Möglichkeit der qualitativ konstanten Reproduktion von Fotografien, führt dazu, dass für Ausstellungen häufig sogenannte Exhibition Prints außerhalb der limitierten Auflage angefertigt und nach Abschluss der Ausstellung vernichtet werden. Zudem bieten einige Fotografen an, verblasste Exemplare ihrer Werke zum Selbstkostenpreis gegen Neuabzüge auszutauschen.

Für den Bereich der zeitgenössischen Fotografie gilt die Herstellung der Abzüge in limitierter Auflage als Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg auf dem Kunstmarkt. Die Art der Bezeichnung einer solchen Limitierung (durch einen Bruch auf dem Abzug, welcher im Zähler die Nummer des Abzugs und im Nenner die Höhe der Auflage ausweist) wurde mehr oder weniger unverändert aus den anderen seriellen Medien, insbesondere der Druckgrafik, übernommen. Eine strenge Einheitlichkeit der Form der Auflagenlimitierung lässt sich gleichwohl noch nicht feststellen. Ein entscheidender Unterschied der Fotografie zur Druckgrafik ist zum Beispiel die Möglichkeit, dasselbe Lichtbildwerk in verschiedenen Formaten herzustellen. Hieraus hat sich die Gepflogenheit entwickelt, Motive in unterschiedlichen Formaten als jeweils eigene Auflage anzubieten und auch gesondert zu zählen (nach einer in dieser Arbeit vorgenommenen Systematisierung wird diese Form der Limitierung als formatbezogene Limitierung bezeichnet). Größere Transparenz im Hinblick auf die Auflagenhöhe verspricht die Verwendung einer motivbezogenen Limitierung, bei der die Angabe der Auflagenhöhe sämtliche Werkstücke desselben Motivs in allen Formaten umfasst. Auch sogenannte Artist's Prints sollten dann in die Auflagenhöhe eingerechnet werden, da sie – entgegen ihrem ursprünglichen Zweck – häufig später doch noch in den Handel gelangen.

Mit der Auflagenlimitierung gehen eine künstliche Verknappung des Angebots und damit eine Wertsteigerung der Abzüge einher. Letztere zeigt sich bereits bei der Preisbildung auf dem Primärmarkt (d. h. beim Erstverkauf eines Kunstwerks, sei es direkt aus dem Atelier oder über eine Galerie). So ist es üblich, die einzelnen Abzüge mit fortschreitendem Ausverkauf der Auflage zu höheren Preisen zu verkaufen (sogenanntes „step-pricing“). Folgerichtig wird auf dem Sekundärmarkt Abzügen aus einer niedrigen Auflage in der Regel ein höherer Wert zugemessen als solchen aus einer hohen Auflage.

Die hohe Bedeutung der limitierten Auflage im Bereich der zeitgenössischen Fotografie, welche sich aus diesen rechtstatsächlichen Umständen er-

gibt, rechtfertigt die Untersuchung ihrer rechtlichen Verbindlichkeit und Durchsetzbarkeit. Diese Bedeutung unterstützt auch die These, dass die urheberrechtliche Originaleigenschaft eines Werkstücks der zeitgenössischen Fotokunst von der Limitierung der Auflage abhängt. Deutlich wird die rechtliche Problematik sowie die praktische Relevanz der Fragestellungen insbesondere aufgrund des Gerichtsprozesses „Sobel v. Eggleston“.