

traditionell anders



Von der Webseite zum strukturierten Datenmanagement



Open Data im Tourismus

Agenda

01 — Mehrwert Open Data

02 — Unser Weg

03 — Rechtlicher Rahmen

04 — Praxis Beispiele



01— Mehrwert Open Data



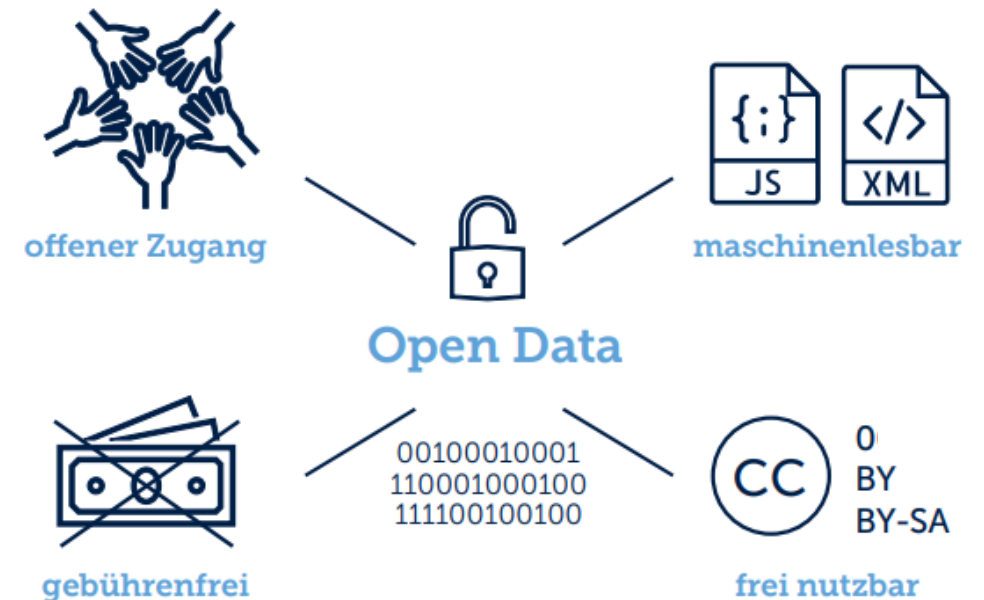
01 Open Data

Definition und Merkmale

Definition

Der Begriff **Open Data** bezeichnet Daten, die für alle **öffentlich zugänglich**, **frei nutzbar**, in der Regel **gebührenfrei** sowie **maschinenlesbar** und möglichst nicht in modifizierter Form vorliegen.¹

Merkmale



01 Open Data



Merkmale im Detail



— Offener Zugang

Jeder kann Open Data nutzen – ohne Einschränkung, Limitierung oder Ausschluss besonderer Gruppen



— Frei Nutzbar = Offene Lizenz

Die freie Nutzung wird durch offene Lizenzen ermöglicht. Diese umfassen die uneingeschränkte Nutzung, Weitergabe, Veränderung, Verknüpfung und Veredelung der Daten.



— Gebührenfrei

Es fallen keine Lizenzgebühren an für die Nutzung der Daten. Lediglich für die Bereitstellung der Daten kann in Ausnahmefällen ein einmaliges geringfügiges Entgelt verlangt werden.



— Maschinenlesbar

Beispiel für maschinenlesbare Formate sind: csv, json, geojson, kml, rdf oder xml oder das unter Umständen zulässige xlsx-Format. Nicht maschinenlesbare Datenformate sind z.B. .pdf, .doc, .odt, .jpg, .png



01 Open Data

Drei Datentypen im Tourismus

Statische Daten



Feststehend, sich kaum ändernd: z. B. Name des Betriebs, Adresse, Öffnungszeiten ...

Dynamische Daten



Flexibel, sich ständig ändernd: z. B. Besucherzahlen, Auslastungen, Wetterdaten, ÖPNV-Daten

Redaktionelle Daten



„Content“: z. B. Texte, Fotos, Videos, Blogbeiträge (CC-Lizenzierung beachten!)

Statische und Dynamische Daten unterliegen **nicht dem Urheberrecht**.

Redaktionelle Daten unterliegen **dem Urheberrecht und müssen daher lizenziert werden, damit die Rechte eindeutig geklärt sind!**

01 Open Data

Vorteile und Mehrwert

- **Klare rechtliche Situation** bei der Nutzung
- **Mit wenig Aufwand viel erreichen - Größere Verbreitung** der Inhalte:
- **Reduzierung von doppelter Datenpflege**
- Direkt **nutzenstiftend bei den User*innen**
- **Basis für Innovation** und neue Anwendungen
- **Steuerung der Außenwirkung** durch freie Bereitstellung (u.a. bei Google) (Vision, dass sich Google perspektivisch die Daten aus dem Knowledge Graph zieht)
- **gemeinwohlorientiert:** Ein funktionierender Datenfluss mittels Open Data ist die Voraussetzung für zukunftsfähige Destinationen, die für eine bessere Erlebnisqualität von Gästen und Einheimischen sorgen sowie Besucherströme steuern wollen.
- Offene Daten sind zukünftig die offiziellen Daten

02— Unser Weg

Ausgangssituation

Historische Entwicklung – Daten im Destinations-Tourismus



Phase 1: Print

Für viele immer noch wichtiger Kanal. Unstrukturierte (maximal Excel) Datenerfassung.

Phase 2: Web 1.0

Digitalisierung? Wir stellen unsere Flyer und Broschüren online. Maximal CMS, keine Struktur.

Phase 3: Web 2.0

Steilweise (proprietäre) Strukturierte Erfassung (DMS). Rechte nicht im Fokus, da Daten nicht geteilt werden.

Phase 4: Open Data & Standards

Strukturierte Erfassung (**ODTA**, schema.org) und Rechtemanagement -> Grundlage für mehr Reichweite.
=> Diese Phase begleiten wir seit 4 Jahren.

Ausgangssituation

Strukturen im Destinations-Tourismus



BayTM (LMO)

4 Regionalverbände (RV)

36 Destinationen (DMO)

Zahlreiche
Marketingverbünde

Touristinfo (Stadt,
Gemeinde)

Dachverbände

Kirchturmdenken!



1

Vision für Open Data im Tourismus in Bayern

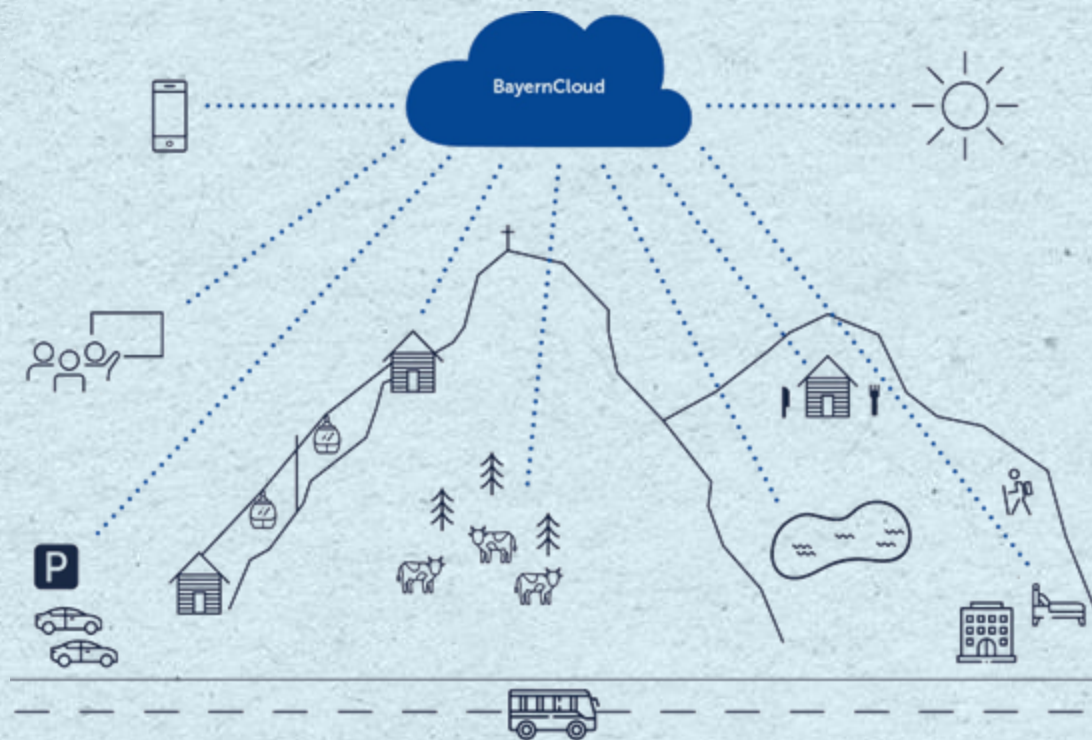
Unser gemeinsames Ziel ist es, durch Digitalisierung unsere touristische **Wettbewerbsfähigkeit** zu erhöhen, die lebenswerten Regionen Bayerns weiter zu stärken und in eine **erfolgreiche Zukunft zu führen.**

Dafür bieten wir Einheimischen und Gästen die bestmöglichen touristischen Informationen entlang der gesamten Customer Journey und steigern dadurch unsere Effizienz und Servicequalität.

Um dies zu erreichen, setzen wir auf die **automatisierte Bereitstellung und Distribution hochwertiger offener Daten.** Wir motivieren andere dazu, dafür eine grundlegende Datenbasis zu schaffen und stellen diese auch für unsere eigenen Institutionen sicher.



BayernCloud Tourismus



Zentrale Datendrehscheibe für alle touristisch relevanten Daten in Bayern

(Museen, Freizeitparks, Bäder, Touren, Veranstaltungen, Hotels,
Campingplätze, Schneeberichte, Wetter, Verkehr, ...)

01 Open Data

...und die BayernCloud Tourismus



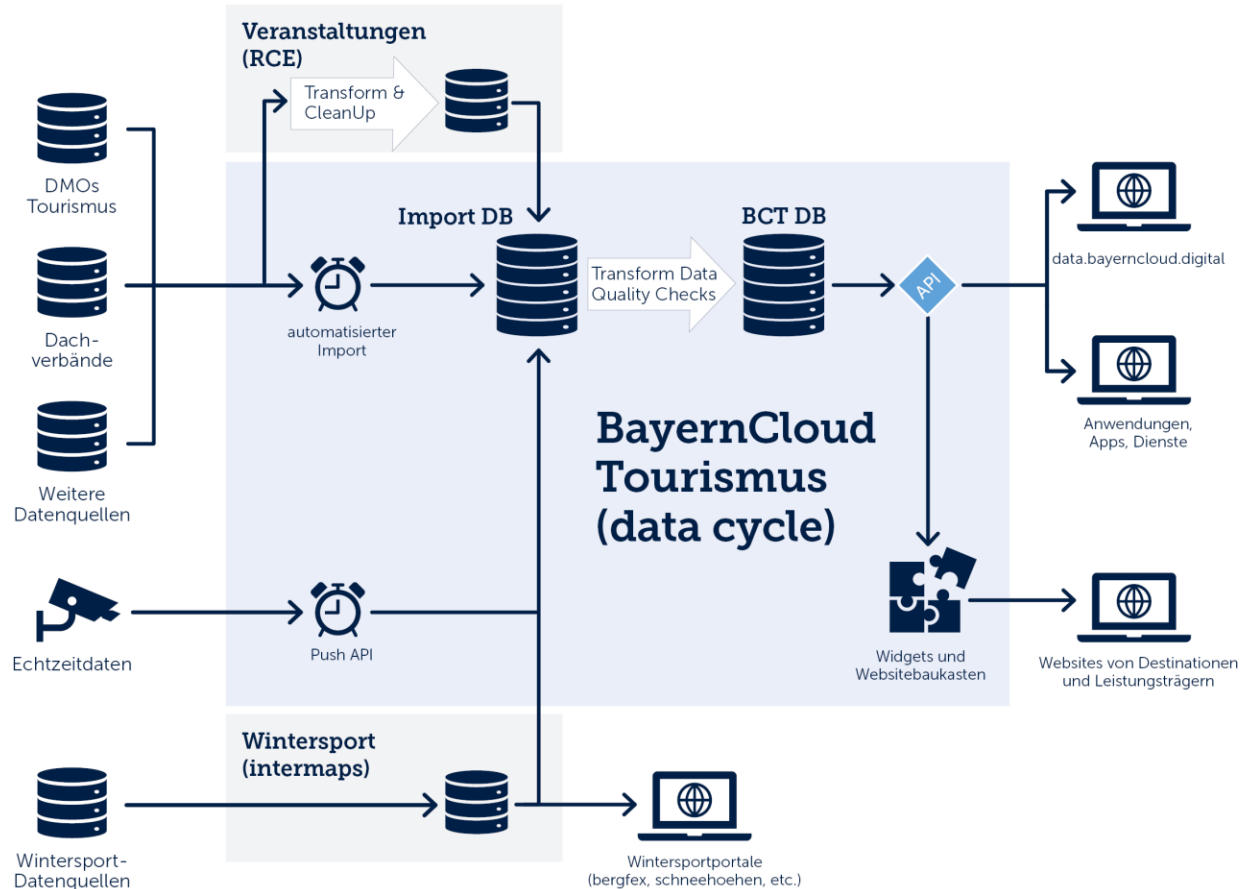
- **Zentrale Datendrehscheibe** für alle touristisch relevanten Daten in Bayern (POI, Museen, Freizeitparks, Bäder, Touren, Veranstaltungen und Erlebnisse, Gastgeber: Hotels, Ferienwohnungen, Campingplätze, Echtzeitdaten: Schneeberichte, Wetter, Verkehr, Auslastungen, Prognosen)

Ziele auf einen Blick:

- Einheitliche, **strukturierte Datenformate** (schema.org, ODTA)
- Steigerung der **Datenqualität**
- **Reichweite** touristischer Daten zu erhöhen (bspw. Anbindung Knowledge Graph der DZT)
- Durch automatisierte Verteilung **Mehraufwände bei der Pflege von Daten vermeiden**
- Daten unter freien Lizenzen (**OpenData**) die für jeden abrufbar und nutzbar sind
- **Nutzbarkeit der Daten für Services** oder Applikationen/Websites/ Sprachassistenten (Künstliche Intelligenz)
- **Schaffung von Mehrwerten** für Gäste und touristische Akteure (Widgets,...)



Wie funktioniert die BayernCloud Tourismus?



Architektur im Überblick

1. Technische Anbindung

Folgende Systeme sind bereits angebunden bzw. in Entwicklung

Bereits angebundene Systeme:

- imx.Plattform (infomax)
- destination.one (Neusta)
- mein.toubiz (Land in Sicht)
- *Venus (Venus)*
- WinTop (Reif Systemtechnik)
- ThüCat in Entwicklung
- *TIMM4 (Magenta4)*
- Feratel Deskline
- *Tramino*
- *Lottaleben*
- Tourinfra (Green Solutions)
- Individualsysteme (München, Nürnberg)
- RCE in Entwicklung
- Makrohaus
- Komoot (erste Gespräche)

Mögliche Wege der Datenübermittlung der Naturparke:

- Übergeordneter Tourismusverband ist an BCT angebunden und Daten können darüber integriert werden
- oder
- Direktanbindung des Systems des Naturparks

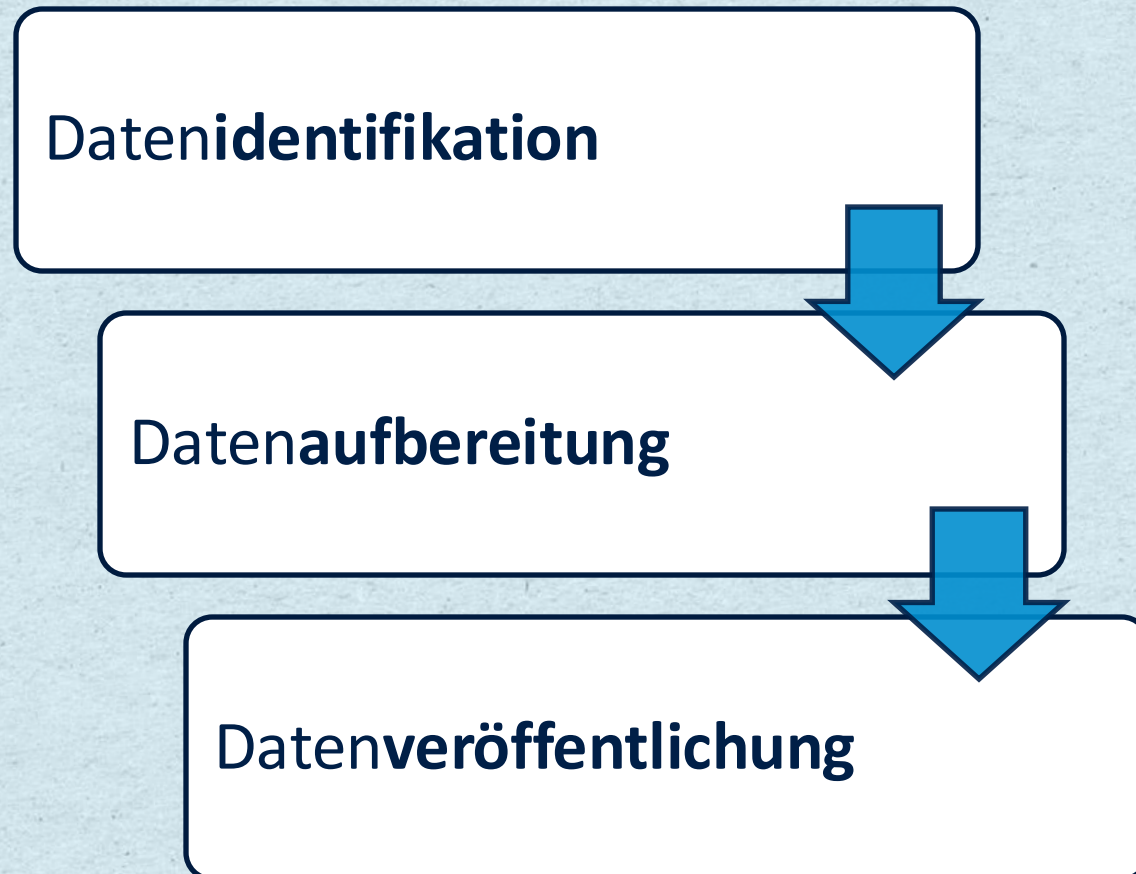
Wie unterstützen wir?

- Netzwerk Digitale Destinationsentwicklung
 - Veranstaltungen
 - Schulungen
 - Wissensvermittlung
 - Newsletter
- Technische Beratung
- Unterstützung bei Schnittstellen
- Digitale und analoge Materialien
- Statistik und Auswertungen
- Ausarbeitung von Prozessen



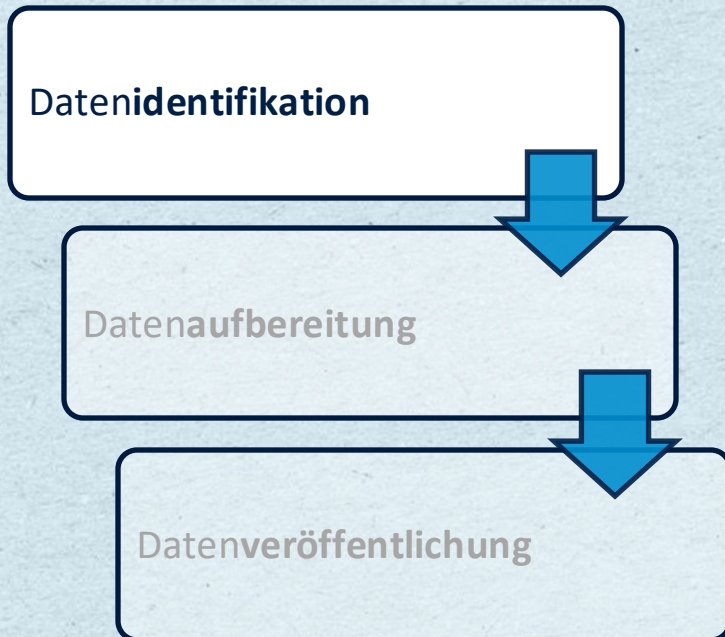
01 Open Data

Datenmanagement - in 3 Schritten zu Open Data



01 Open Data

Datenidentifikation und Datenquantität



Datenbestandsanalyse zur Quantifizierung der Daten („Datenkatalog“)

Welche Daten habe ich bereits? Sind die gesammelten Daten vollständig? Von wem werden die Daten erhoben und wie? In welchem Format liegen die Daten vor? Sind alle gesammelten Daten geeignet, um als Open Data veröffentlicht zu werden?

- ✓ **Wer** erhebt Daten? Welche Abteilungen erheben die Daten? Werden sie getrennt erhoben oder gibt es einen oder eine DatenmanagerIn?
- ✓ **Welche** Daten werden erhoben? Werden nur touristische Leuchttürme erfasst oder auch weniger bekannte Orte? Gibt es auch Daten zur allgemeinen Infrastruktur, wie z.B. Apotheken? Werden alle Arten von Daten erhoben, statische, dynamische und redaktionelle? Werden Bilder je Datensatz mitgedacht? Welche bisher vielleicht noch nicht beachteten Informationen werden ggf. **aus externen Systemen** gesammelt, z.B. Sensorik- oder Echtzeitdaten, WLAN, NFC, Klicks an Infoterminals, Daten aus der Besucherlenkung, Wetterdaten usw.?
- ✓ **Wie** werden die Daten erhoben und in welchem **Format**? Werden sie in einen Webclient von Leistungsträgern bereits eingepflegt? Wie häufig werden die Daten aktualisiert oder neu abgefragt und reicht dieser Turnus aus? Oder werden sie per E-Mail oder postalisch in gewissen Abständen von Seiten der DMO oder Tourist Information abgefragt?

01 Open Data

Datenidentifikation und Datenquantität

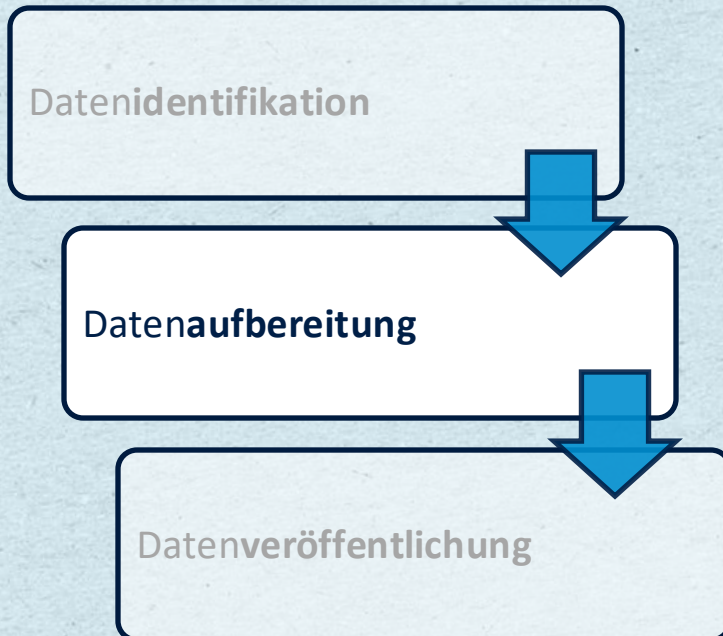


BayernCloud Kategorien

1. **Attraktionen:** Sind alle Freizeitanlagen erfasst? Gibt es besondere Orte in eurer Destination? Habt ihr alle Veranstaltungsstätten mit aufgenommen?
2. **Einkauf und Dienstleistungen:** Sind regionale Angebote und Anbieter dabei? Habt ihr alle Werkstätten z.B. für Fahrräder berücksichtigt?
3. **Essen und Trinken:** Gibt es besondere, teils mobile, gastronomische Angebote? Habt ihr eure Brauereien und Weinstuben mit aufgenommen?
4. **Mobilität und Infrastruktur:** Sind alle öffentlichen Toiletten dabei? Habt ihr alle Mobilitätsangebote eingepflegt?
5. **Natur:** Habt ihr alle topografischen Elemente mit aufgenommen z.B. Gewässer? Gibt es Aussichtspunkte?
6. **Touren:** Habt ihr Touren von verschiedenen Mobilitätsformen erfasst z.B. Zweirad, zu Fuß? Am Berg oder im Tal?
7. **Unterkünfte:** Sind auch besondere Beherbergungsbetriebe eingepflegt? Gibt es religiöse Unterkünfte?
7. **Veranstaltungen und Erlebnisse:** Sind indirekt den Tourismus vor Ort betreffende Events eingepflegt z.B. Kinos oder Vereinsfeste? Wurden Events und Eventlocations für verschiedene Zielgruppen berücksichtigt?

01 Open Data

Datenaufbereitung

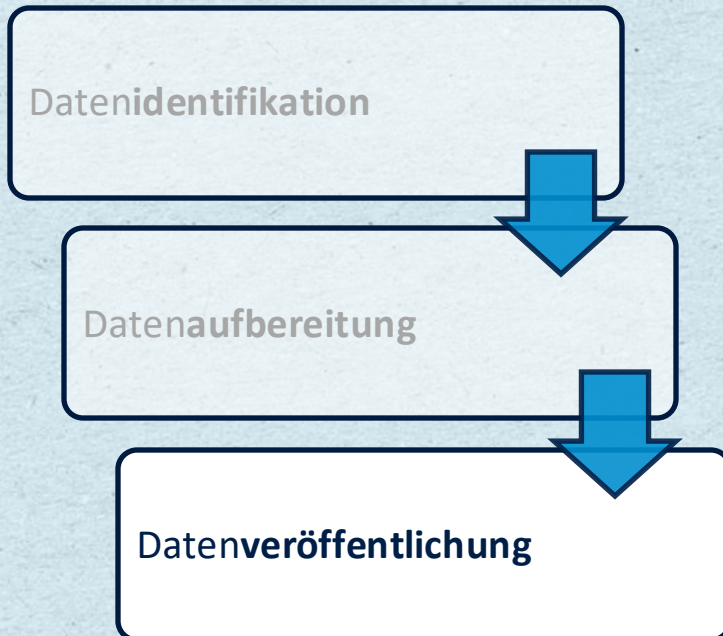


Die Datenaufbereitung umfasst:

- **Technische Prüfung:** Wie liegen Daten in meinen Systemen vor? Gibt es technische Schnittstellen (API)
- **Datenformat wählen** (Anforderungen an Open Data z.B. Maschinenlesbarkeit prüfen, technische Offenheit)
- **Lizenzierung der Daten** und ggf. Anpassung der Lizenz (Wahl der geeigneten Open Data CC-Lizenz!) CC 0, CC BY, CC BY SA
- **Bereitstellung der Daten**

01 Open Data

Datenveröffentlichung



Die Datenveröffentlichung umfasst:

- Überblick zu allen Systemen, wo Daten veröffentlicht werden sollen
- Im Idealfall nur ein Datenpflegesystem verwenden
- Wo müssen ggf. noch Schnittstellen eingerichtet werden?
- Welche Daten sind noch nicht „reif“ und sollten noch zurückgehalten werden? Wurde die korrekte Lizenz vergeben?
- Kontinuierliche Überwachung und Bewertung der Datenqualität

01 Open Data

Wie bewerte ich die Datenqualität?

POIs	Unterkunft	Gastronomie	Touren	Veranstaltungen	Bild/Video
Titel	Titel	Titel	Titel	Titel	Titel
Kategorie	Kategorie	Kategorie	Kategorie	Kategorie	Bildunterschrift
Geo-Information	Geo-Information	Geo-Information	Geo-Information für die Route	Veranstaltungsort (Adresse, Geo-Informationen)	Fotograf
Urheber/Rechteinhaber*	Urheber/Rechteinhaber*	Urheber/Rechteinhaber*	Urheber/Rechteinhaber*	Urheber/Rechteinhaber*	Urheber/Rechteinhaber*
Urheberrechtsvermerk (CC-Lizenzvermerk)*	Urheberrechtsvermerk (CC-Lizenzvermerk)*	Urheberrechtsvermerk (CC-Lizenzvermerk)*	Urheberrechtsvermerk (CC-Lizenzvermerk)*	Urheberrechtsvermerk (CC-Lizenzvermerk)*	Urheberrechtsvermerk (CC-Lizenzvermerk)*
Kontakt (Telefonnummer, Web-Seite/Social Media Kanäle)	Kontakt (Telefonnummer, Web-Seite/Social Media Kanäle)	Kontakt (Telefonnummer, Web-Seite/Social Media Kanäle)	Höhenprofil	Startzeitpunkt (Datum, Uhrzeit)	Ort mit Geo-Punkt
Beschreibungstext	Beschreibungstext	Beschreibungstext	Länge	Beschreibungstext	Beschreibungstext
Adresse	Adresse	Adresse	Dauer	Veranstalter (Telefonnummer, Web-Seite/Social Media Kanäle)	
Öffnungszeiten	Bilder	Öffnungszeiten	Schwierigkeit	Bilder	
Bilder		Bilder	Bilder		
			Beschreibungstext		



*Gilt als Voraussetzung für CC-lizenzierte Inhalte



Wie die FNBW ihre offenen Daten aufbaute

In 6 Schritten zum Erfolg

1. Einführung eines **geeigneten DMS** mit Webclient-Funktion, um Daten standardisiert zur Verfügung stellen zu können
2. Initiale **Dateneingabe**: Für diese Aufgabe wurde eine Mitarbeiterin ernannt, die zukünftig Verantwortung für die Datenpflege übernimmt (personelle Ressourcen geschaffen)
3. Im Rahmen der Datenpflege: **Sammeln und Ergänzen von Informationen** zu verschiedenen Datenkategorien wie POIs, Gastronomie, etc. und eigenständiges Verfassen von **Beschreibungstexten** (Erstellung von Texten auch über KI möglich)
4. Start einer **Bilder-Aktion**, um einen frei verfügbaren Bilderbestand für die BCT aufzubauen (nicht alle Bilder müssen Open Data sein, es reicht auch Auswahl)
5. **Lizenzierung sämtlicher neu geschaffener Daten**: dies geschah ohne Bedenken, da die Rechtekette und Urheber*innen bekannt waren
6. **Sensibilisierung der touristischen Dienstleistenden** zum Thema „Open Data“ und eigenverantwortlicher Datenpflege im Rahmen von Schulungen sowie Motivierung zur Nutzung des Webclients
7. **Aufbau der Webseite auf Basis des DMS** (auch weitere Ausspielkanäle werden nun angedacht, wie digitale Infostelen, digitale Urlaubsbegleiter etc.)

03— Rechtlicher Rahmen

02 Rechtlicher Rahmen

Urheberschutz



- Jedes neue **Werk geistiger Schöpfung** (wie z.B. Fotos, Texte, Bilder, Musik, Videos etc.) erlangt ab Entstehung automatisch **maximalen urheberrechtlichen Schutz**, ohne dass ein Urheberrechtsvermerk oder eine Registrierung erforderlich ist.
- In der Praxis bedeutet das, dass **die Nutzung dieser Werke einer vertraglichen Vereinbarung zwischen Urheber*innen und Nutzer*innen bedarf**.
- Davon ausgenommen sind nur **gemeinfreie Inhalte (Public Domain)**, die urheberrechtlich niemandem zugeordnet sind – entweder, weil sie nie urheberrechtlich geschützt waren oder weil ihr Schutz abgelaufen ist.

02 Rechtlicher Rahmen

Urheberrechtlich geschützte Werke im Tourismus

- **Texte, insbesondere Agenturtexte.** Alltäglich formulierte Tatsachen wie „Der Rhein fließt durch Deutschland“ sind frei. Originelle, prosaartige Formulierungen genießen hingegen Schutz als „Werk“. Die Länge von Texten ist ein Indiz für dessen Schutz. Das heißt, bei längeren Texten sollte man tendenziell von deren Schutz ausgehen **Beispiele:** Reiseführer, Hotelbeschreibungen, touristische Informationstexte, Blogbeiträge
- **Fotografien**, unabhängig von der künstlerischen Leistung, denn dort greift fast immer der sogenannte Lichtbildschutz; **Beispiele:** Fotografien, Grafiken für Werbebroschüren, Social Media oder Websites
- **Illustrationen mit einer gewissen Originalität**
- **Videos**, ähnlich dem Lichtbildschutz, **Beispiele:** Touristische Videos, Werbespots mit Musik oder andere audio-visuelle Werke
- Karten für touristische Zwecke
- **bestimmte Datenbanken** (Datensammlungen), soweit für deren Erstellung eine wesentliche Investition geleistet wurde;
- **im Ausnahmefall Metadaten von Texten und Bildern**, sofern es sich zum Beispiel um redaktionell bearbeitete, oder eine größere Sammlung von **Metadaten in Form einer Datenbank als Ganzes** handelt



02 Rechtlicher Rahmen

Definition: Urheberin, Nutzungsrechte, Rechteinhaberin



Urheberin: Eine Person, die ein **originäres Werk geschaffen** hat. Dadurch besitzt sie das Urheberrecht an diesem Werk. Diese Person ist der rechtliche Schöpfer des Werks und genießt damit bestimmte Rechte und Schutzbestimmungen.



Nutzungsrechte: Rechte, die einer anderen Person oder Organisation gewährt werden, um das Werk der Urheberin **in bestimmter Art und Weise zu nutzen**. Diese Rechte werden durch Lizenzverträge oder Vereinbarungen zwischen Urheberin und Rechteinhaberin festgelegt.



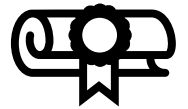
Rechteinhaberin: Die Person oder Organisation, der von der Urheberin oder durch eine Übertragung **die Nutzungsrechte an einem Werk eingeräumt** werden. Die Rechteinhaberin kann diese Rechte nutzen, um das Werk zu vervielfältigen, zu verbreiten oder anderweitig zu nutzen. Dies ist abhängig von den Bedingungen der Vereinbarung im Rahmen der Nutzungsrechte.

02 Rechtlicher Rahmen

Definition: Lizenzgeberin, Lizenznehmerin



Lizenzgeberin: Eine Person oder Organisation, die einer Lizenznehmerin das Recht einräumt, das Werk gemäß den Bedingungen einer Lizenz zu nutzen. Die Lizenzgeberin ist in der Regel Urheberin oder Rechteinhaberin des Werks.



Lizenznehmerin: Eine Person oder Organisation, die von der Rechteinhaberin eine Lizenz zur Nutzung des Werks erhält. Die Lizenznehmerin hat das Recht, das Werk gemäß den Bedingungen der Lizenz zu nutzen.

02 Rechtlicher Rahmen

Erwerb von exklusiven Rechten um als Lizenzgeberin auftreten zu können

Variante 1: Ich erstelle die Inhalte selbst. Als Urheberin entscheidet ihr im Grundsatz selbst, dass eine Lizenz vergeben wird. Wichtig ist, dass ihr nicht bereits anderweitig exklusive Nutzungsrechte vergeben habt. Hat wiederum eine **Arbeitnehmerin** oder Arbeitnehmer in eurer Organisation den Inhalt geschaffen, solltet ihr von vornherein **vertraglich festlegen**, dass ihr als Organisation die Inhalte unter eine CC-Lizenz stellen werdet und dass dies unwiderruflich geschieht.

Variante 2: Ich lizenziere selbst die eingekauften Inhalte und räume mir hierfür entsprechende Nutzungsrechte ein – Übertragung der exklusiven Nutzungsrechte. Ich werde somit Rechteinhaber*in und Lizenzgeber*in des Contents (Kostenfrage).

Variante 3: Urheber*innen stellen ihre Materialien selbst unter eine CC-Lizenz. Hierfür vereinbart ihr bereits bei Auftragserteilung, dass Fotograf- oder Texter*innen ihren Inhalt selbst unter einer CC-Lizenz abliefern werden. Dies funktioniert auch nachträglich, für die Inhalte, die bereits erworben wurden (siehe Musterverträge Bildlizenzierung BayTM).

02 Rechtlicher Rahmen

Datenschutz und Personenbezogene Daten



- **Viele Daten** im Tourismus weisen **keinerlei Personenbezug** auf, wie z.B. die Beschreibung einer Sehenswürdigkeit.
- Open Data im Tourismus enthält aber **auch personenbezogene Daten** z.B. wenn in einer **E-Mail-Adresse einer Pension der Name des Betreibenden** steht.
- In diesem Fall müssen die **Vorschriften der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und des allgemeinen Datenschutzes** beachtet werden.
- Meistens sind diese Daten von vornherein für die Öffentlichkeit bestimmt und im Internet bereits auffindbar > Verwendung der Daten dient dem Leistungsträger selbst (erhöhte Reichweite > mehr Buchungen).
- In diesen Fällen **erlaubt das Datenschutzrecht die Verarbeitung und Verbreitung der personenbezogenen Daten** mit einer gesetzlichen Grundlage („**berechtigtes Interesse**“ nach Artikel 6 Absatz 1 f) DSGVO).
- Betroffenen bleibt dennoch stets ein Widerspruchs- oder Widerrufsrecht auf das Datenverarbeiter mit einer Prüfung reagieren müssen.

02 Rechtlicher Rahmen

Checkliste für Freigabe von redaktionellen Daten

- Sind Texte oder Fotografien enthalten, die **nicht von euch erstellt** worden sind?
- Sind **fremde Personen** abgebildet?
- Sind in euren Angaben **personenbezogene Daten** enthalten, die vorher noch **nicht öffentlich** waren?



Offene Lizenzen

03 Offene Lizenzen

Warum Creative Commons Lizenzen?

Die CC-Lizenzen sind

...automatisiert und standardisiert.

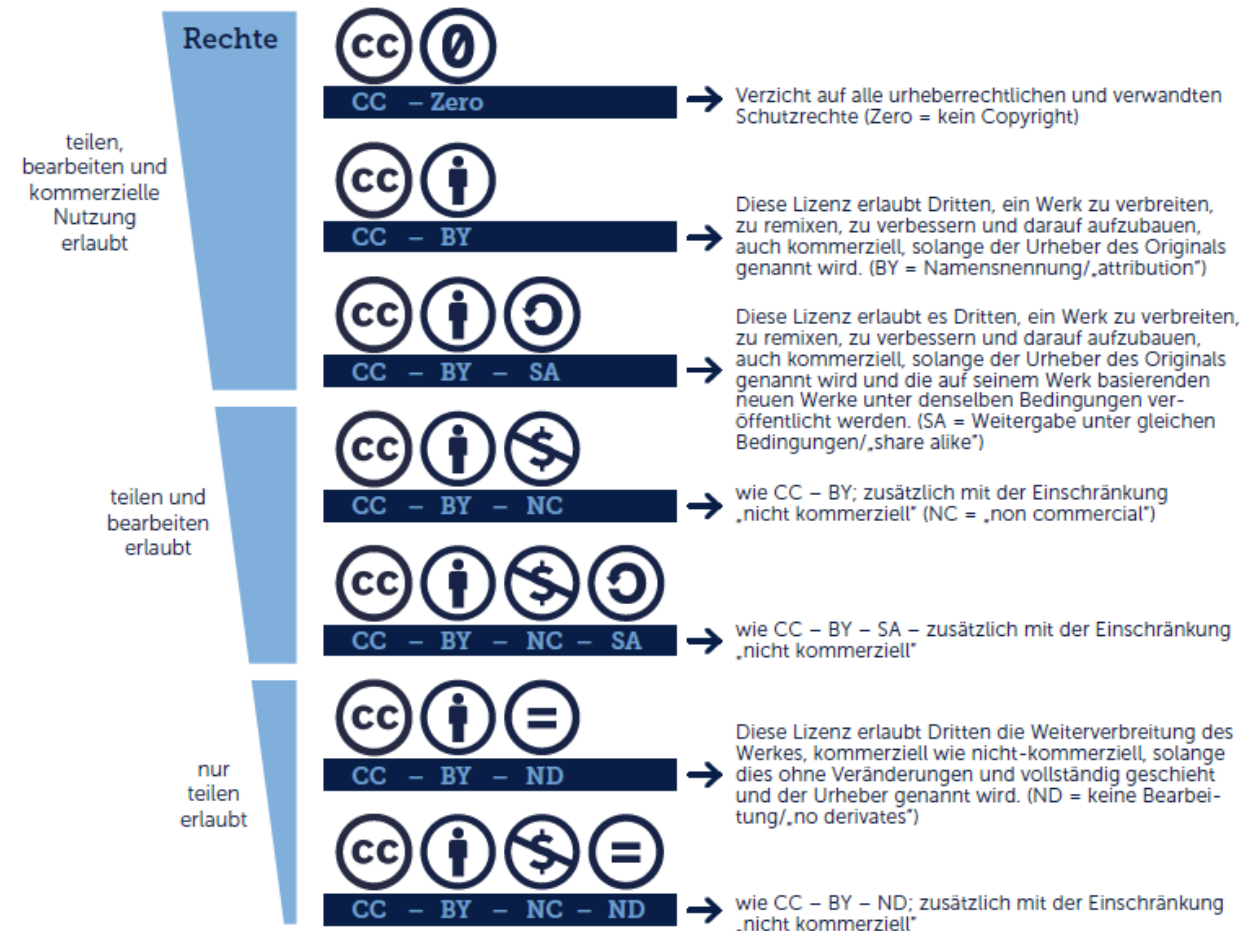
...stark verbreitet und international anerkannt.

...gewähren Lizenzgeber- und Lizenznehmer*in eine **weltweite, nicht-exklusive, dauerhafte und unwiderrufliche Lizenz**, das geschützte Werk zu kopieren, anzuzeigen, öffentlich wiederzugeben, aufzuführen, zu bearbeiten und zu verbreiten.

Website von Creative Commons:

<https://creativecommons.org/>

FAQs: <https://de.creativecommons.net/faqs/>



03 Offene Lizenzen

Offene Lizenzen für Open Data im Überblick

Frei Nutzbar = Offene Lizenz



Nutzungsbedingungen von **Open Data** werden durch Lizenzen geregelt, welche die kostenlose **Nutzung** (auch kommerziell), **Weitergabe**, **Veränderung**, **Verknüpfung** und **Veredelung** der Daten erlaubt.

Nur die **rot** markierten CC-Lizenzen **erfüllen** die **Anforderungen an Open Data!**

CC 0 (Zero) = gemeinfrei








<https://creativecommons.org/publicdomain/zero/1.0/deed.de>

CC BY (Namensnennung)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

CC BY SA (Namensnennung + Weitergabe unter gleichen Bedingungen)

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

CC - Lizenzen		Bedingungen der Weiterverw.	Namensnennung	Vervielfältigung	Verbreitung	Öffentliche Zugänglichmachung	Bearbeitung	Kommerzielle Nutzung	Weitergabe
	bedingungslose Lizenz „no rights reserved“ CC Zero		+	+	+	+	+	+	Generell erlaubt
	Namensnennung CC BY	!	+	+	+	+	+	+	Generell erlaubt
	Namensnennung - Keine Bearbeitung CC BY-ND	!	+	+	+	-	+	+	Generell erlaubt
	Namensnennung - Nichtkommerziell CC BY-NC	!	+	+	+	+	-	-	Generell erlaubt
	Namensnennung - Nichtkommerziell - Keine Bearbeitung CC BY-NC-ND	!	+	+	+	-	-	-	Generell erlaubt
	Namensnennung - Nichtkommerziell - Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC BY-NC-SA	!	+	+	+	+	-	-	Nur unter gleichen Bedingungen
	Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen CC BY-SA	!	+	+	+	+	+	+	Nur unter gleichen Bedingungen
Zeichenerklärung:		! ... Muss auf jeden Fall erfolgen	+	... Ist erlaubt	-	... Ist verboten			

03 Offene Lizenzen

Aufbau des Lizenzverweises – Beispiel CC BY SA

- 1 Urheberin oder Urheber
- 2 Name des Werks (optional: mit hinterlegtem Link zum Werk)
- 3 Kennzeichnung des Lizenztyps (mit hinterlegtem Link zum Lizenztext)

— CC License Creator: <https://chooser-beta.creativecommons.org/>



Gert Krautbauer, [_GK10310](#), [CC BY-SA 4.0](#)



Verlinkung erforderlich!



Lizenzierung von Content

Lizenzierung von Texten



04.1 Lizenzierung von Texten

- Texte sind urheberrechtlich geschützte Werke ([Art. 2 Absatz 1 Nr. 1 UrhG](#)), wenn es sich um **persönliche geistige Schöpfungen** handelt. Dies gilt auch für Textausschnitte, soweit diese Werkteile individuelle Gestaltungen sind.
- Die Anforderungen an die schöpferischen Leistungen des Urhebers sind in der Regel sehr gering, so dass ein minimaler Gestaltungsspielraum bei Texten für die Entstehung eines urheberrechtlichen Schutzes ausreichend ist.
- Entscheidend für den urheberrechtlichen Schutz kann bspw. die **Länge eines Textes** sein. Kurze Texte - oder auch nur einzelne Wörter oder Titel - wie z.B. Buchtitel - fehlt es in der Regel an der notwendigen Gestaltungshöhe und damit am urheberrechtlichen Schutz. Dennoch ist an dieser Stelle auch Vorsicht geboten, denn Markenslogans, obwohl sie kurzgefasst sind, sind urheberrechtlich geschützt.
- Im Rahmen von **Unterhaltungsliteratur** können die konkret erdachten Geschichten und Figuren (z.B. Pipi Langstrumpf) urheberrechtlich geschützt sein, wenn diese eine persönlich geistige Schöpfung darstellen.

04.1 Lizenzierung von Texten

- **Sachliche Beschreibungen einer Sache oder Leistung**, wie Bedienungsanweisungen, Rezepte, Formulare oder Produktbeschreibungen, sind in der Regel nicht urheberrechtlich geschützt. Gleiches gilt für Texte, die für einen bestimmten Bereich geläufige Fachtermini verwenden und damit **keine individuelle Darstellung erlauben**.
- Ebenfalls keinen Schutz haben **Ideen, Daten, Fakten oder wissenschaftliche/weltanschauliche Theorien**. Sollten diese im Rahmen von eigenen Lehrmaterialien verwendet werden, ohne dass ein Hinweis auf die Quelle gesetzt wird, liegt zwar keine Urheberrechtsverletzung vor, aber sicherlich eine Verletzung der „**guten wissenschaftlichen Praxis**“.

04.1 Lizenzierung von Texten

KI-gestützte Textgenerierung auf Basis von GPT4

- ➔ **Erstklassige Open Data-Beschreibungstexte**
die den Anforderungen und gewünschter Tonalität entsprechen
- ➔ **Schnell & Effizient**
Die Open Content-Texterstellung kann von Wochen oder Monaten auf nur wenige Tage reduziert werden
- ➔ **Nutzung von qualitativ gesicherten Quellen**
offizielle Webseite des POI oder der Destination
- ➔ **Qualitätskontrolle und Plagiatsprüfung**
- ➔ **Beteiligungsmaßnahme für touristische Partner**



[Bild erstellt mit Bing Image Creator](#)

DIGITALISIERUNG

Open Data und Bildrechte im Tourismus

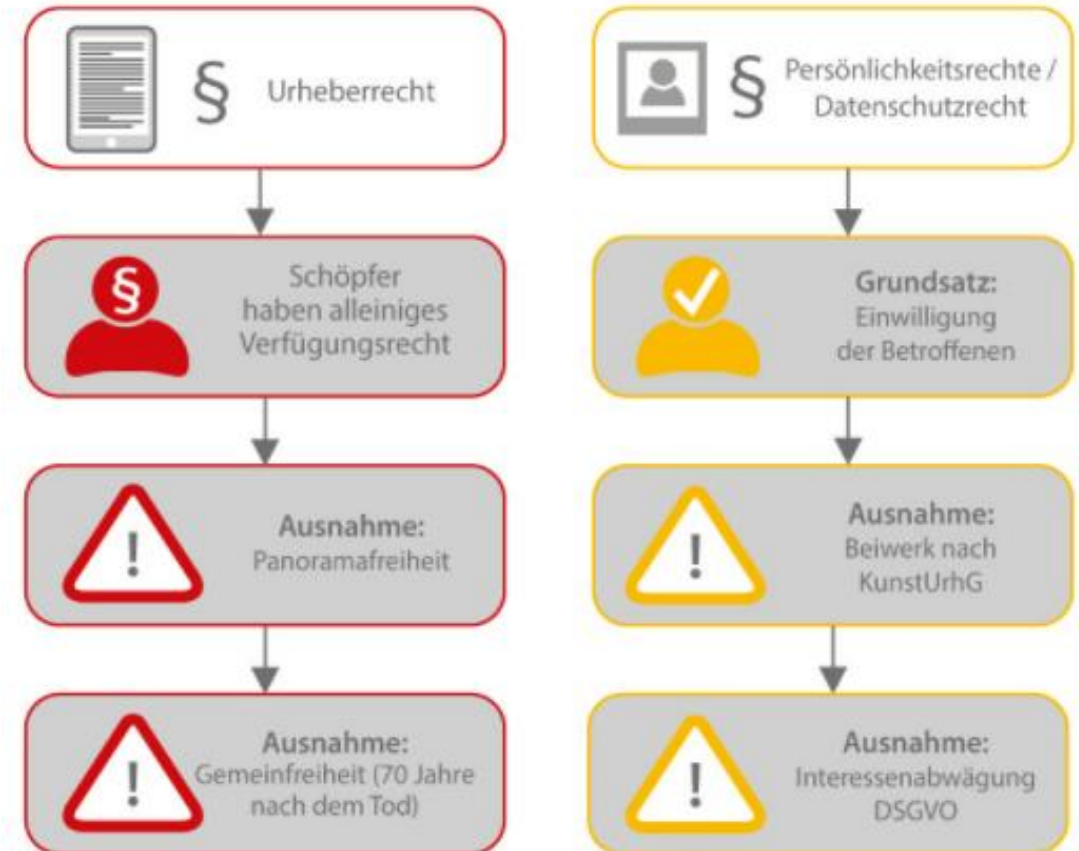


04.2 Lizenzierung von Bildern

Rechte am Bild

Die Veröffentlichung der Bilder (dazu gehören Lichtbildwerke und Lichtbilder) bedarf eines besonderen Augenmerks, denn neben den Rechten der Schöpfer*innen des Bildes (Fotograf*in) bestehen in der Regel auch die Rechte Dritter an dem Bild.

Das ist vor allem dann der Fall, wenn **Personen, Kunstwerke, Marken oder Logos, Haustiere** (Hunden und Katzen) oder **Gegenstände von besonderem schöpferischem Wert** (handgemachtes Geschirr, selbstgenähtes Kleid).



04.2 Lizenzierung von Bildern

Personen

Beispiel 1

Mit Personen, die auf Bildern klar erkennbar sind, müssen Vereinbarungen, sogenannte **Model-Releases**, geschlossen werden. Personen können auf Open Data-Bildern somit abgebildet sein, aber es muss unbedingt ein Model-Release unterzeichnet sein.

Ihr möchtet eine **Vorlage** dafür?
Dann schreibt eine Mail an
bayerncloud@bayern.info



© erlebe.bayern - Stefan Eisend

Beispiel 2

Dieses Bild zeigt keine erkennbare Person und ist somit Open Data geeignet, ein Model-Release muss nicht geschlossen werden.



Bild: Peter von Felbert, Bayern Tourismus Marketing GmbH, _7156900 , CC BY-SA 4.0

04.2 Lizenzierung von Bildern

Personen

→ Sind **mehrere Personen** bei einer Veranstaltung abgebildet, aber **keine** der Personen sticht hervor? Handelt es sich um ein Bild mit **Menschen als Beiwerk**, auf dem eine Landschaft oder Örtlichkeit den Gehalt des Bildes prägt?

Beispiel 3

Bei näherer Betrachtung sind einzelne Personen erkennbar, jedoch stehen sie nicht im Vordergrund des Bildes und können als **Beiwerk** betrachtet werden.



© erlebe.bayern - Gert Krautbauer

Beispiel 4

Um ganz sicherzugehen, keine Persönlichkeitsrechte zu verletzen, können die Personen **unscharf oder von hinten** abgebildet werden.



© erlebe.bayern - Tobias Gerber

04.2 Lizenzierung von Bildern

Personen

→ Sind eine oder mehrere Personen im Hintergrund einer Sehenswürdigkeit / Landschaft abgebildet, aber **keine sticht hervor** und ist **nicht eindeutig erkennbar**? (z.B. durch Bearbeitung mit Unschärfe oder durch die Perspektive)

Beispiel 5

Bei näherer Betrachtung sind einzelne Personen **klar erkennbar**! Mit diesen Personen muss ein Model-Release geschlossen werden.

Ihr möchtet eine **Vorlage** dafür?
Dann schreibt eine Mail an
bayerncloud@bayern.info



© Stadt Ansbach

Beispiel 6

Die Person im Vordergrund ist **nicht eindeutig identifizierbar**.



© erlebe.bayern - Dietmar Denger

04.2 Lizenzierung von Bildern

Geschützte Marken oder Kennzeichnungen

→ Sind auf dem Bild **geschützte Marken** oder **sonstige Kennzeichnungen** zu erkennen?

Beispiel 7

Marken dienen als Herkunftshinweis und der Unterscheidung von Waren oder Dienstleistungen im geschäftlichen Verkehr.

Eine Vergabe einer Open Data-Lizenz für das Foto steht somit nichts entgegen, solange das Foto nicht in einer Weise verwendet wird, die gegen Markenrechte verstößt, insbesondere wenn das Foto nicht selbst als Marke oder markenähnliches Zeichen genutzt wird.



© erlebe.bayern - Tobias Gerber

Beispiel 8

Wenn Wert auf Bilder ohne fremde Marken gelegt wird, kann bei der Aufnahme darauf geachtet werden **Logos wegzudrehen**.



© erlebe.bayern - Thomas Linkel

04.2 Lizenzierung von Bildern

Besondere Bauwerke

Beispiel 11

Das Bild ist grundsätzlich geeignet. Es muss aber ein **Property Release** mit der Eigentümerin oder dem Eigentümer geschlossen werden, da das Bild nicht von einem öffentlichen Grund aus gemacht wurde.

Ihr möchtet eine **Vorlage** dafür?
Dann schreibt eine Mail an
bayerncloud@bayern.info



© erlebe.bayern - Thomas Effinger

Beispiel 12

Das Bild ist geeignet für die Veröffentlichung mit CC-Lizenz, da es **von einem öffentlichen Grund aus** gemacht wurde. Eine Prüfung der Urheberrechte der Architektin oder des Architekten ist somit nicht notwendig.



Bild: Peter von Felbert, Bayern Tourismus Marketing GmbH, 046_7158799 , CC BY-SA 4.0

→ Sind auf dem Bild
besondere Bauwerke zu
sehen?

04.2 Lizenzierung von Bildern

Kunstwerke und Denkmäler

→ Sind auf dem Bild **andere Kunstwerke** oder **Denkmale** erkennbar?

Beispiel 13

Sollte die urhebende Person eines abgebildeten Kunstwerkes oder Denkmals bereits vor mehr als 70 Jahren verstorben sein, so erlischt der Urheberschutz automatisch und das Bild kann mit einer CC-Lizenz versehen werden. Beim Fotografieren von Werken, wie hier im Museum, sollte zudem vorab immer eine **Property Release-Vereinbarung** mit der Einrichtung unterschrieben werden.



© erlebe.bayern - Florian Trykowski

Beispiel 14

Hier wurde das Bild des Kunstwerks **von öffentlichem Grund aus** gemacht. Daher ist dieses Bild geeignet und die Urheberrechte müssen nicht berücksichtigt werden. Das Bild kann somit unter einer CC-Lizenz der Allgemeinheit zur Verfügung gestellt werden.



© erlebe.bayern - Frank Heuer

04.2 Lizenzierung von Bildern

Gegenstände von besonderem schöpferischem Wert

→ Sind auf dem Bild
Gegenstände von **besonderem
schöpferischem Wert** (z.B.
handgemachtes Geschirr,
Designer-Kleidung) abgebildet?

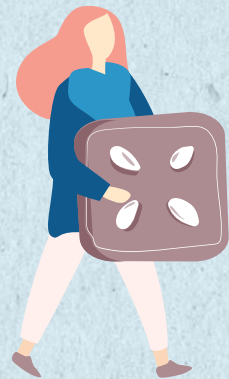
Beispiel 15

Sofern Gegenstände von besonderem schöpferischen Wert als Gebrauchsgegenstände gelten und davon auszugehen ist, dass diese regelmäßig, beispielsweise zu Verkaufszwecken, fotografiert werden, dürfen solche Gegenstände auch auf Bildern abgebildet sein, die unter einer Open Data-Lizenz veröffentlicht werden, wie beispielsweise Designer-Kleidung oder handbemaltes Geschirr.



© erlebe.bayern - Peter von Felbert

Unsere Tipps für Open Data Bilder



zu Beginn reichen **2-3 Open Data-Bilder** je Datensatz aus

direkt **bei Auftragserteilung** eine CC-Lizenzierung anfordern oder Bilder **gleich selbst schießen**

Verzichtet besonders auf die Abbildung **von Personen**, die direkt erkennbar sind!

Vielen Dank.

Bayern Tourismus Marketing GmbH
Arabellastraße 17
81925 München
089 21 23 97 - 0
tourismus@bayern.info



erlebe.bayern | tourismus.bayern