

Urheberrecht: Das müssen Sie wissen!

von Rechtsanwalt Christoph Hohenegg

Das Urheberrecht gehört – neben dem Steuerrecht – mit zum Kompliziertesten, was das bundesdeutsche Recht zu bieten hat: Diese im Urheberrechtsgesetz verankerte Rechtsmaterie ist geprägt von unzähligen, kaum verständlichen juristischen Fachbegriffen und einer fast unüberschaubaren Fülle von gerichtlichen Einzelfall-Entscheidungen. Und dennoch: Jeder, der mit urheberrechtlich geschütztem Material zu tun hat – sei es, dass er es selbst erstellt bzw. erstellen lässt oder dass er es lediglich nutzt – muss sich mit dieser schwierigen Rechtsmaterie zumindest in ihren wesentlichen Grundzügen beschäftigen.

Ungewissheit über die Reichweite der Rechtseinräumung kann teuer werden!

Die Verletzung von Urheberrechten – etwa durch unerlaubte Vervielfältigungen oder Verbreitung von Werkstücken (z.B. CD-ROM) – kann u.a. Unterlassungs-, Beseitigungs- und hohe Schadensersatzansprüche des Rechtsinhabers begründen. Und wenn der Rechtsinhaber besonders stark verärgert ist, wird er auch noch Strafantrag stellen. Dies kann und darf er auch: Denn Urheberrechtsverletzungen sind strafbar! Fakt ist, dass es im heutigen Geschäftsverkehr massenhaft zu Verletzungen von Urheberrechten kommt. Dies gilt vor allem für die gesamte Multimediabranche, die naturgemäß eine Vielzahl von urheberrechtlich geschützten Materialien verwendet, be- und umarbeitet. Fakt ist auch, dass die meisten Urheberrechtsverletzungen keine Folgen haben, weil sie unentdeckt bleiben. Es gilt leider auch hier der schon oft bemühte Satz: Wo kein Kläger, da kein Richter.

Wenn einmal eine Urheberrechtsverletzung ans Tageslicht kommt und diese einigermaßen schwer wiegt, dann knallt es richtig: Denn in der Praxis setzen viele Rechtsinhaber die Drohung mit einem Strafantrag bewusst dazu ein, um einen entlarvten Rechteverletzer "mit sanftem Druck" dazu zu bewegen, die Angelegenheit durch eine so genannte Nachlizenzierung der in der Vergangenheit illegal genutzten Gegenstände zu bereinigen. Dass solch eine Nachlizenzierung nicht gerade billig ist, kann man sich leicht vorstellen. Die meisten Rechteverletzer gehen sehr schnell auf die häufig exorbitant hohen Schadensersatzforderungen des Rechtsinhabers ein; denn wenn erst einmal das Damoklesschwert der Strafbarkeit über dem Rechteverletzer hängt, hat dieser nicht mehr viel Spielraum.

Ein Beispiel:

Plastisch wird das Ganze, wenn man sich folgenden Fall betrachtet, der sich tatsächlich so ereignet hat:

Eine Multimediaagentur erstellte für einen Auftraggeber eine Unternehmenspräsentation in Form einer interaktiven CD-ROM. Dabei verwendete die Agentur Bildmaterial, das ihr der Auftraggeber zur Verfügung stellte. Die CD war gut gelungen und alle freuten sich. Der Auftraggeber brachte zahlreiche CDs in Umlauf. Als ihm diese ausgingen, bestellte er bei der Agentur weitere 15.000 Stück nach. Die Agentur erteilte einem Presswerk den Auftrag, die 15.000 CDs herzustellen, was auch geschah. Das Presswerk lieferte dann die CDs an die Agentur, die sie zwischenlagerte. Kurz danach trat gegenüber der Agentur ein Dritter auf, der Urheberrechte an dem auf den CDs enthaltenen Bildmaterial geltend machte. Per gerichtlicher einstweiliger Verfügung untersagte dieser Dritte der Agentur die Auslieferung der CDs an den Auftraggeber. In dem sich anschließenden Hauptsacheprozess konnte man sich nicht einigen. Die Agentur wurde dazu verurteilt, die CDs zu vernichten. Problem dabei war für die Agentur, dass das Presswerk natürlich sein Geld wollte. Zähneknirschend bezahlte die Agentur die vom Presswerk gestellte Rechnung und ging dann gegen den Auftraggeber vor, um ihn zumindest für die an das Presswerk geleistete Zahlung regresspflichtig zu machen. Das schlug aber schon deswegen fehl, weil der Auftraggeber inzwischen pleite war und sogar die Eröffnung des Insolvenzverfahrens vom Insolvenzgericht wegen Vermögenslosigkeit abgelehnt wurde. Das Ende vom Lied: Die Agentur blieb auf der Zahlung an das Presswerk sitzen, ohne einen entsprechenden Gegenwert zu erhalten.

! Wenn ich urheberrechtlich geschütztes Material benutze bzw. für meine eigene Arbeit verwende, indem ich es beispielsweise bearbeite, muss ich wissen, wie weit ich gehen darf, d.h. welche Nutzungsformen mir gestattet sind. Nutzt ein anderer meine eigenen Arbeiten, muss ich wissen, was dieser damit tun darf und was nicht. Denn nur dann ist es mir möglich, die Verletzung meiner Rechte überhaupt festzustellen und meine Rechte gegenüber dem Nutzer wahren zu können.

Was aber genau ist das Urheberrecht?

Das kraft Gesetzes entstehende [1] und vom Eigentumsrecht streng zu unterscheidende [2] Urheberrecht schützt das Produkt [3] der geistigen individuellen [4] Schaffenskraft eines Menschen [5] und gibt diesem das grundsätzlich [6] umfassende Recht, darüber zu bestimmen, ob [7] sowie auf welche Weise und in welchem Umfang Dritte dieses Produkt nutzen [8], insbesondere [9] wirtschaftlich verwerten dürfen.

In diesem eher unverfänglich anmutenden Satz sind einige zentral wichtige Aussagen versteckt, die bei näherer Betrachtung dazu beitragen, sich ein Grundverständnis zum Urheberrecht anzueignen und ein Gespür dafür zu entwickeln, wo in der eigenen täglichen Arbeit urheberrechtliche Fallstricke lauern. Diese zentral wichtigen Aussagen verbergen sich hinter den Satzstellen, die oben durch Ziffern gekennzeichnet sind. Im einzelnen bedeuten diese folgendes:

[1] "kraft Gesetzes entstehende":

Das Urheberrecht muss nirgendwo eingetragen werden, um zur Entstehung zu gelangen. Dies ist der entscheidende Unterschied zu anderen Schutzrechten wie zum Beispiel dem Markenrecht, Patentrecht, Gebrauchsmuster- oder Geschmacksmusterrecht.

Sämtliche dieser vorbezeichneten Rechte müssen in die entsprechenden Register beim Deutschen Patentamt eingetragen werden, um zur Entstehung zu gelangen und den gewünschten rechtlichen Schutz entfalten zu können. Nicht so beim Urheberrecht: Ob an einem bestimmten Werk Urheberrechtsschutz besteht, beurteilt sich stets und ausschließend nach dem Gesetz! Es können daher Geschäftspartner auch nicht durch Vertrag festlegen, ob überhaupt im konkreten Fall an einem bestimmten Werk Urheberrechtsschutz besteht oder nicht.

[2] "vom Eigentumsrecht streng zu unterscheidende":

Eigentumsrecht und Urheberrecht sind zwei verschiedene Paar Stiefel. Jemand kann ohne weiteres alleiniger Eigentümer einer Sache sein (z.B. einer CD-ROM), ohne dass er berechtigt ist, diese Sache zu nutzen. Grund für die fehlende Nutzungsmöglichkeit des Eigentümers können Rechte Dritter sein, die dem Eigentümer die Nutzung der Sache verwehren können. Bekanntestes Beispiel ist das Recht des Mieters einer Wohnung, diese tatsächlich zu nutzen, d.h. zu bewohnen. Hier kann der Wohnungseigentümer nicht einfach hergehen und den Mieter gewaltsam an die frische Luft setzen. Tut er dies dennoch, kann sich der Mieter hiergegen wehren und verlangen, dass ihm der Eigentümer wieder den Besitz an der Wohnung und die Nutzungsmöglichkeit einräumt.

Genauso verhält es sich im Urheberrecht: Jemand kann alleiniges Eigentum an einer CD-ROM besitzen, ohne dass er zur Nutzung der darauf abgespeicherten Software berechtigt wäre. Dies ist beispielsweise dann der Fall, wenn jemand eine im Handel erhältliche Software einfach auf eine eigene CD kopiert, um sich den Kaufpreis für die Software zu sparen. Dieser Software-Pirat darf seine eigene CD deshalb nicht nutzen, weil sämtlichen Nutzungshandlungen die Urheberrechte eines Dritten (z.B. des Softwarehauses) entgegen stehen.

Umgekehrt nützt es einer Software- bzw. Multimedia-Agentur nichts, wenn sie zwar sämtliche urheberrechtlichen Nutzungsrechte auf einen Kunden übertragen hat, sich aber das Eigentum an den gelieferten Datenträgern (z.B. bis zur vollständigen Bezahlung der vereinbarten Vergütung) vorbehält. Denn nur auf Grund des vorbehaltenen Eigentums könnte die Agentur die Datenträger nicht vom Kunden herausverlangen. Denn dem Herausgabeverlangen der Agentur als Eigentümerin des Datenträges stehen die urheberrechtlichen Nutzungsrechte des Kunden entgegen.

[3] "Produkt":

Was alles urheberrechtlich geschützt sein kann, ist ebenfalls gesetzlich verankert. Vereinfacht ausgedrückt kann dies alles sein, was man sehen, hören und anfassen kann. Hierunter können insbesondere alle Arten von Texten und technischen bzw. wissenschaftlichen Abhandlungen sowie Musik, Bilder, Fotos, Grafiken, Computerprogramme, Datenbanken, Filme, Videos, Tanz- und sonstige künstlerische Darbietungen fallen. Gleichzeitig ist mit dem Begriff des "Produkts" klar gestellt, dass Gegenstand des urheberrechtlichen

Schutzes nur etwas sein kann, was sich bereits in der realen Welt in körperlicher Form manifestiert hat und nicht nur im Kopf eines Menschen als bloße Idee existiert. Reine Ideen - und damit auch Geschäftsideen - sind also durch das Urheberrecht nicht geschützt.

[4] "individuell":

Ein Produkt kann nur dann urheberrechtlich geschützt sein, wenn ihm eine gewisse Individualität, d.h. Originalität bzw. Eigentümlichkeit anhaftet. Die Rechtsprechung hat in den vergangenen Jahren die an die Individualität zu stellenden Anforderungen ständig nach unten geschraubt. Danach muss ein Produkt nicht völlig neu sein, um als individuell eingestuft werden zu können. Selbst geringfügige Abweichungen von bereits bestehenden Produkten sind möglicherweise ausreichend, um einen eigenständigen Urheberrechtsschutz zu erlangen. Im Einzelfall ist das häufig schwierig festzustellen. Fest steht lediglich, dass die erforderliche Individualität schnell erreicht ist, jedoch die Erstellung bloßer Nachbildungen und Kopien keinen eigenständigen Urheberrechtsschutz begründen kann.

[5] Schaffenskraft eines "Menschen":

Urheber können nach bundesdeutschem Rechtsverständnis nur Menschen sein, niemals aber Unternehmen! Dies bedeutet, dass das Urheberrecht originär nur in der Person des Menschen entsteht, der ein schutzfähiges Produkt erstellt oder an der Erstellung zumindest mitwirkt. Am Anfang jeder urheberrechtlichen Nutzungsrechtskette steht also immer ein Mensch. Und nur die Rechte, die dieser Mensch weggegeben hat, können beim Endkunden auch ankommen. Problematisch ist dies insbesondere dann, wenn eine Agentur vor allem freie Mitarbeiter in die Projektausführung einschaltet.

Regelmäßig wird zu Beginn des Projekts über die Reichweite der Rechtseinräumung an die Agentur überhaupt nicht gesprochen. Streitereien treten aber schon dann auf, wenn es um die Frage geht, ob der Name der freischaffenden Screendesigner oder Programmierer auf der CD oder der Website des Endkunden auftauchen muss. Spätestens dann, wenn die Agentur andere Mitarbeiter mit der Pflege des erstellten Produkts betraut, begehren die ursprünglich involvierten freien Mitarbeiter auf – vor allem dann, wenn diese Mitarbeiter tatsächlich wie eigenständige Unternehmer am Markt agieren und nicht bloße Scheinselbstständige sind.

In Arbeitsverhältnissen ist diese Problematik deutlich abgeschwächt: Denn hier ist auch bei fehlenden ausdrücklichen Vereinbarungen davon auszugehen, dass ein Arbeitnehmer an den von ihm selbst hergestellten schutzfähigen Produkten seinem Arbeitgeber alle wirtschaftlichen Nutzungsrechte einräumt. Will ein Arbeitnehmer sich bestimmte Rechte zurück behalten, muss er dies regelmäßig mit seinem Arbeitgeber ausdrücklich vereinbaren.



Ein Unternehmen, das Mitarbeiter beschäftigt, die urheberrechtlich geschützte Produkte herstellen, ist **nicht automatisch** Inhaber aller Nutzungsrechte!

[6] das "grundsätzlich" umfassende Recht:

Grundsätzlich kann jeder Urheber dritte Personen von jeder Einwirkung auf sein urheberrechtlich geschütztes Werk ausschließen. Dies bedeutet: Grundsätzlich ist Voraussetzung für das Nutzendürfen eines urheberrechtlich geschützten Werks die Gestattung des Urhebers. Die Gestattung geschieht durch Abschluss eines Vertrags, der schriftlich, mündlich oder auf sonstige Weise (z.B. per E-Mail oder stillschweigend) zu Stande kommen kann.

Es gibt aber auch einige wenige Nutzungshandlungen, die gesetzlich von vornherein erlaubt sind. Diese gesetzlich angeordneten Gestattungen bedeuten für den Urheber natürlich eine Einschränkung seiner Befugnisse. Denn gegen diese gesetzlichen Gestattungen kann sich der Urheber nicht zur Wehr setzen. Eines der wichtigsten Beispiele für eine solche gesetzlich erlaubte Nutzungshandlung ist die Herstellung einzelner Vervielfältigungsstücke eines urheberrechtlich geschützten Werks zum rein privaten Gebrauch. Für gewerbliche Projekte haben diese gesetzlichen Gestattungen allerdings praktisch keine Bedeutung.

[7] Das "Ob" der Nutzung durch Dritte:

Abgesehen von den vereinzelten gesetzlichen Gestattungen, kann jeder Urheber selbst entscheiden, ob er sein Werk Dritten zur Nutzung überlässt. Er kann dies tun, muss es aber nicht, es sei denn, er hat sich vertraglich dazu verpflichtet. Zu beachten ist hierbei lediglich, dass in der Praxis in diesem Rechtsbereich oft

ausdrückliche vertragliche Absprachen fehlen und daher in vielen Fällen stillschweigende Rechtseinräumungen anzunehmen sind. Ein typisches Beispiel einer solchen stillschweigenden Rechtseinräumung wurde bereits vorstehend erwähnt: Im Rahmen von Arbeitsverhältnissen kann sich ein Arbeitnehmer regelmäßig nicht darauf berufen, dass er seinem Arbeitgeber keine Nutzungsrechte eingeräumt hätte.

Eine Multimediaagentur, die für einen Kunden einen Internetauftritt erstellt, kann sich nicht darauf berufen, dass der Kunde kein Recht hätte, die fertiggestellten Datensätze überhaupt online zu stellen. Denn dies war ja gerade Sinn und Zweck des Geschäfts. Will der Kunde aber die für ihn erstellten Datensätze auf CD pressen und als Unternehmenspräsentation an seine eigenen Kunden weitergeben, wird die Sache schon kniffliger. Dies ist dann aber eine Frage der Art und Weise bzw. des Umfangs der erlaubten Nutzung (siehe hierzu nachstehend).

[8] "auf welche Weise und in welchem Umfang":

Hier geht es dann ins Eingemachte: Denn Geschäftspartner streiten sich selten darüber, ob der eine berechtigt war und ist, ein bestimmtes Produkt überhaupt zu nutzen. Meinungsverschiedenheiten entstehen aber häufig über die Frage, auf welche konkrete Art und Weise bzw. in welchem Umfang einer der Geschäftspartner berechtigt sein soll, ein urheberrechtlich geschütztes Werk wirtschaftlich zu verwerten.

Beispiele: Darf ein Unternehmer, der die Erstellung einer CD-ROM in Auftrag gegeben hatte, die Datensätze auch auf einen Internetserver aufspielen und diese dann online stellen? Darf ein Verlag, der bisher nur Printprodukte im Sortiment hatte und entsprechende Autorenverträge abgeschlossen hat, die Publikationen nunmehr auch über das Internet der Öffentlichkeit zugänglich machen? Auf wievielen Einzelplatz-Rechnern darf die lizenzierte Software gleichzeitig laufen? Darf die lizenzierte Software dekompiert und in den Quellcode rückübersetzt werden, um vorhandene Fehler zu beseitigen? Die Liste der Beispiele ließe sich beliebig fortsetzen.

Alle diese Fragen sind nur sehr schwierig zu beurteilen, wenn die Vertragspartner keine ausdrücklichen schriftlichen Absprachen getroffen haben. Ausdrückliche mündliche Vereinbarungen sind regelmäßig Schall und Rauch, da sich diese nur schwer nachweisen lassen und bei zumindest einem der Geschäftspartner – so lehrt es die Erfahrung – nur allzu häufig gewisse Gedächtnislücken auftreten. Die nur sehr spärlich vorhandenen gesetzlichen Auslegungsregeln helfen ebenfalls nur bedingt weiter. So besagt die wohl wichtigste gesetzliche Auslegungsregel, dass für die Reichweite der Rechtseinräumung der Zweck des Vertrags entscheidend ist. Da selbst schriftliche Verträge nicht selten inhaltlich konfus abgefasst sind, bleibt auch der Vertragszweck völlig im Dunkeln. Dann geht man vor Gericht in der Hoffnung, dass alles gut wird. Doch die teilweise krass widersprüchlichen Aussagen der am Vertragsabschluss und der Projektausführung beteiligten Personen lassen den Richtern die Haare zu Berge stehen.

Letztlich stellt sich nur ein Umstand als fest stehend und unstreitig heraus: Dass man von Anfang an aneinander vorbeigeredet hat. In diesen Fällen, die keineswegs Ausnahmefälle sind, setzen Gerichte die so genannte Vergleichsquetsche an: Dies bedeutet nichts anderes, als dass das Gericht den Prozessparteien schon in der ersten mündlichen Verhandlung deutlich macht, dass jeder in vollem Umfang verlieren könne, sich die Fortführung des Prozesses nicht lohne und daher der Abschluss eines Vergleichs dringend anzuraten sei. Daraufhin stecken die beteiligten Rechtsanwälte die Köpfe zusammen, beraten ein wenig und zaubern danach eine Lösung aus ihrem Hut, die man an sich auch ohne die Einschaltung der Gerichte hätte erzielen können. Das einzige, was hinzugekommen ist, sind die Gerichts- und Rechtsanwaltskosten sowie der Zeitaufwand, der jeden Vertragspartner im Zusammenhang mit der Prozessführung trifft.

! Vor Gericht gehen lohnt in diesem Bereich selten! Wenn es – mangels ausdrücklicher Absprachen – zu ernsthaften Streitereien über die Reichweite einer Rechtseinräumung kommen sollte, empfiehlt es sich regelmäßig, unter allen Umständen zu versuchen, eine außergerichtliche vergleichsweise Einigung zu erzielen. Legen Sie also bereits vor Ausführung eines Projekts ausdrücklich und schriftlich die Art und Weise der Nutzung, d.h. die Reichweite der Rechtseinräumung, detailliert fest.

Inhalte des Projektvertrags

Insbesondere sollte jeder Projektvertrag konkrete und leicht verständliche Aussagen zu folgenden Fragen treffen:

- An welchen Gegenständen soll der Kunde überhaupt Nutzungsrechte erhalten?
- Soll der Kunde berechtigt sein, die ihm einmal eingeräumte Rechtsstellung komplett auf einen Dritten zu übertragen mit der Folge, dass dann der Dritte zur Nutzung im gleichen Umfang wie früher der Kunde berechtigt wäre?
- Soll der Kunde diese Gegenstände in beliebiger Weise nutzen dürfen oder sind ihm nur bestimmte Nutzungsformen gestattet?
- Soll der Kunde als absolut einziger berechtigt sein, diese Gegenstände zu nutzen?
- Soll der Kunde die Gegenstände weltweit, d.h. räumlich unbeschränkt oder nur in einem bestimmten räumlichen Gebiet nutzen dürfen?
- Soll das Nutzungsrecht des Kunden zeitlich befristet oder unbefristet sein? Soll dem Kunden das ihm einmal eingeräumte Nutzungsrecht durch Kündigung wieder entzogen werden können? Wenn ja: Unter welchen Voraussetzungen soll eine Kündigung möglich sein? Welche Kündigungsfrist muss dabei eingehalten werden?

Wie eine solche Nutzungsrechtsklausel in einem Produktionsvertrag über die Erstellung eines Internet-Auftritts aussehen könnte, verdeutlicht das Formulierungsbeispiel unter Nutzungsklausel-Bsp.doc. Dieses Formulierungsbeispiel klingt ziemlich kompliziert und ist sicherlich stark verrechtlicht abgefasst. Wer nicht gleich zu einem Rechtsanwalt gehen will, der sich in diesem Bereich auskennt, sollte zumindest versuchen, die unmittelbar vor diesem Formulierungsbeispiel erwähnten Regelungspunkte mit seinen eigenen Worten auszudrücken. Hilfreich ist es in einem solchen Fall, möglichst viele Beispiele dafür zu nennen, was der Kunde mit dem Projektergebnis alles tun darf und was nicht.

[9] "insbesondere":

Vorstehend war immer nur von der wirtschaftlichen Verwertung bzw. Nutzung urheberrechtlich geschützter Werke die Rede. Dies ist die wirtschaftliche Komponente des Urheberrechts. Es gibt aber noch eine zweite Komponente: Hierzu gehören alle diejenigen Befugnisse des Urhebers, die Ausdruck der ideellen Beziehungen des Urhebers zu dem von ihm geschaffenen Werk sind. Hierbei handelt es sich um die so genannten persönlichkeitsrechtlichen Befugnisse des Urhebers. Wichtigste Beispiele für diese Art von Befugnissen sind das Recht des Urhebers, die Entstellung seines Werkes (z.B. durch Nachbearbeitungen) zu verbieten und das Recht, als Urheber auf den einzelnen Vervielfältigungsstücken namentlich genannt zu werden.

Alle diese persönlichkeitsrechtlichen Befugnisse kann der Urheber nicht auf Dritte übertragen. Der Urheber kann lediglich auf die Ausübung dieser Befugnisse verzichten und sich hierzu auch vertraglich verpflichten.

! Große praktische Bedeutung hat das Namensnennungsrecht der Urheber insbesondere in der Mediabranche, wo häufig kleinere Agenturen mit freien Mitarbeitern zusammenarbeiten. Viele dieser freien Mitarbeiter, insbesondere die Grafiker und Designer wollen selbst Agenturen aufbauen und sind daher stark daran interessiert, Eigenmarketing zu betreiben und sich ein eigenes Standing im Markt zu verschaffen. Das ist natürlich nur sehr schwer möglich, wenn der freie Mitarbeiter bei allen Projekten, an denen er mitwirkt, namentlich nicht genannt wird. Wenn er die Namensnennung später einfordert, kommt es regelmäßig zum Streit mit der Agentur, die als Generalunternehmerin agiert und ihr Image als Full-Service-Agentur aufbauen bzw. pflegen will. Umso erstaunlicher ist es, dass Agenturen und die als Subunternehmer fungierenden freien Mitarbeiter vor Beginn eines Projekts regelmäßig nicht über die Frage der Namensnennung sprechen. Auch hier gilt wieder: Lieber vorher diese Frage offen ansprechen, als sich hinterher monatelang herumstreiten zu müssen.