



Copyright: Druckereien werden straffällig ...

Wie in der Crossmedienwelt das Copyright massiv ignoriert wird

INTERVIEW



Auf der Suche nach mehr Kundenbindung und Serviceerweiterung haben die Druckereien

auch multimediale Arbeiten entdeckt, namentlich die Betreuung von Internet-Domains und -Auftritten. Denn wenn man doch den Katalog druckt, dann kann man doch mal eben schnell die Homepage machen. Es sind ja alle Elemente vorhanden, man hat im Zweifelsfall auch alle Seiten als PDFs parat. »Und schon,« sagt Benno Frick, Grafik-Designer und Vorstandsmitglied der ASW (Allianz Schweizer Werbeagenturen) »kann sich ein Unternehmen oder ein Einzelner strafbar gemacht haben. Mit Konsequenzen, von denen die meisten nichts ahnen. Oder nichts wissen wollen.«

Das Copyright ist kein Gesetz zum Spaß. Es ist die Anspruchsgrundlage von Künstlern, Kreativen, Freischaffenden, es ist die gesetzliche Wandlung von Ideen in eine »Ware«, die so behandelt werden kann wie ein Sack Zucker oder ein Automobil – als materielles Ding. Das Copyright verwandelt Ideen in Wertgegenstände. Es regelt das sogenannte geistige Eigentum.

Nutzen, nicht kaufen!

Weitgehend unbeachtet bleibt im täglichen Leben der Unterschied von Copyright im Sinne von Besitz und Eigentum sowie Vervielfältigungsrecht und übertragenem Nutzungsrecht. Wer ein Hotelzimmer mietet, bezahlt für ein Nutzungsrecht und



kauft nicht das Zimmer (auch wenn die Preise einiger Hotels diesen Irrtum provozieren). Der Preis für eine Software ist grundsätzlich ein Nutzungsrecht, nie das Copyright. Und genau so ist die Verwendung eines Designs, eines Entwurfs, eines Bildes oder einer Seitengestaltung immer ein Nutzungsrecht.

Vorausgesetzt!!!! – man muss dicke Ausführungszeichen hinzusetzen – vorausgesetzt, der Kreative oder das beauftragte Unternehmen (Agentur, freiberuflicher Designer und so weiter) und Auftraggeber haben es nicht anders vereinbart. Nämlich den Verkauf – oder auch die Schenkung – des Copyrights, ob mit oder ohne Geld spielt für die formelle Übertragung eigentlich keine Rolle.

Immaterielle Werte

Wer »Artwork«, immaterielle Arbeiten in Auftrag gibt, erwirbt mit dem Auftrag meist ein Nutzungsrecht – und zwar in einem beschränkten, vereinbarten Umfang. Diese Nutzung kann man nicht beliebig einseitig erweitern oder »auf ewig« fortsetzen wollen.

So wie das Hotelzimmer für eine Anzahl Nächte oder die Software für eine Anzahl Arbeitsplätze »gemietet« ist, ist es auch die Nutzung von Entwürfen, Design, Bildern, Zeichnungen, Texten usw. In der Praxis hat sich lediglich bei Logos, Warenzeichen, Firmenzeichen als »handelsüblich« herausgebildet, dass das komplette Copyright auf den Fir-

FAKTEN URHEBERRECHT

Basis ist das »Bundesgesetz vom 9. Oktober 1992 über das Urheberrecht und verwandte Schutzrechte«.

Download:

www.admin.ch/ch/d/sr/c231_1.html oder

www.gesetze.ch/inh/inhsub231.1.htm

Klare Regelungen schafft der sogenannte »Werbeleistungsvertrag«, der von der ASW angeboten wird.

www.werbeleistungsvertrag.ch

Als Werke im Sinne des URG gelten sowohl komplette Werbemittel wie auch Teile davon (Fotos, Texte, Illustrationen, Kompositionen usw.).

Nicht schützenswert sind in der Regel (Ausnahmen möglich) Konzepte und Planungen, sofern sie kaufmännischen oder allgemeinen Charakter haben (offen zugängliche Daten).

Als Werkschaffende im Sinne des Gesetzes gelten ausschließlich natürliche Personen; diese können ihre Rechte jedoch an eine Rechtskörperschaft (Gesellschaft, Firma, Organisation) abtreten.

Mitarbeiter in Agenturen oder ähnlichen Abteilungen/Leistungsbereichen treten in der Regel ihr Recht automatisch an das Unternehmen ab (weil Kreativität Inhalt der bezahlten Arbeit ist; Ausnahmen oder andere Regelungen können vereinbart werden).

Zu unterscheiden sind im Recht »einfacher Auftrag« und »Werkvertrag«, die »Nutzungsrechte« und das »Urheberrecht«.

Infos auch unter:

www.asw.ch

men-, Marken- oder Produktinhaber übergeht – anders würde es keinen Sinn machen. Doch bei der Katalog-Titelseite, dem Briefbogen, der Internetseite, dem CD-ROM-Intro usw. sieht es schon wieder ganz anders aus. Hier gilt die Nutzung immer nur für den verabredeten Fall.

Gesetze regeln Urheberrecht

Ganz klar regelt das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), dass sich keiner wirtschaftliche Vorteile aus den Arbeiten oder dem Eigentum, den Ideen oder Rechten anderer verschaffen darf. Das ist grundsätzlich immer dann gegeben, wenn eine Druckerei gewissermaßen unter Umgehung der das Artwork herstellenden Agentur Nachdrucke oder Adaptionen vornimmt, ohne sich um Schutz- und Eigentumsrechte an Bildern, Texten usw. zu kümmern.

Was die Werbeagentur, die den Originalentwurf gemacht hat, ihrerseits in peinlichste Schwierigkeiten bringen kann. Denn die hat vielleicht, häufiger Fall, von einer Bildagentur für die Nutzung in einem Saisonkatalog ein Bild gemietet (definierte Nutzungsrechte). Und eben jenes Titelbild wird nun gesannt und ins Netz eingestellt. Mit vollem Recht – und mit vollem Betrag! – kann nun die Bildagentur für diese Verwendung Honorar fordern. Jedes Gericht spricht ihr dies problemlos zu. Dass sich die Druckereien nicht nur Schadensersatzpflichtig machen, son-

dern zum Teil auch strafbar, wissen die wenigsten. Benno Frick mahnt sehr eindeutig: »Drucker sind in rechtlicher Hinsicht unserer Beobachtung nach eher schlecht ausgebildet oder beraten. Unseres Erachtens ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis die erste Druckerei wegen krasser Verletzung solcher gesetzlicher Leitplanken eingeklagt wird und enormen finanziellen Schaden erleiden wird. Schaden, der den vermeintlich schnellen Zusatzumsatz mehrfach übertreffen kann.« Unter Umständen wird hier der »Praktiker« die Theorie zur Seite wischen wollen mit der Bemerkung, wo kein Kläger, da kein Richter. Doch dieser Weg ist nicht nur zweifelhaft, er ist in letzter Konsequenz kriminell – Diebstahl geistigen Eigentums.

Ungeliebtes Thema

Benno Frick, Vorstandsmitglied der ASW, hat über die Gesamtproblematik für Kollegenbetriebe Ausarbeitungen gemacht und berät Agenturleute sowie zuweilen deren Partner, die Kunden, auf Basis kollegialer Ratschläge oder sendet ihnen das Infomaterial zu. »Auch die Agenturen reden gegenüber ihren Auftraggebern nicht gerne über das Thema, weil sonst immer von vorneherein das Gespenst der Nachforderungen Angebot und Auftragsvergabe belasten würde.«

Richtig kompliziert – aber möglicherweise nur für juristische Laien, bis sie in ein Verfahren verwickelt

werden – sind internationale Rechte. Das Copyright ist nicht in allen Ländern identisch geregelt. In der Literatur oder sonstigen Kunst kennt man die Ausnahme des »Zitats« im Copyright. Vereinfacht, wenn jemand Texte in Anführungszeichen setzt und deutlich zu erkennen gibt, dass er zitiert, kann man eigentlich ganze Passagen abschreiben. Voraussetzung ist, sie sind in ein eigenständiges geistiges Werk eingebettet. Im Extrem: Sie schreiben – in Anführungszeichen – Schillers »Wilhelm Tell« ab und setzen einen Kommentar darunter (»So einen Qutasch hat Schiller geschrieben und ich bin der Meinung, es müsse verboten werden.«), dann ist das eben nicht verboten und man verstößt zunächst einmal nicht gegen das Copyright (obwohl dies ein krasser Grenzfall wäre).

Zitiert oder geklaut?

Aber was, wenn einer die Katalogtitelseite »zitiert« wird – im Internet? Was, wenn einer die Typografie einer Seite »nachempfindet«? Was, wenn einer aus dem Gedruckten lediglich ein downloadfähiges PDF macht? Was, wenn man im Internet nur mit einem Bild auf den Katalog hinweist und ihn als Druckprodukt zeigt? Immer unterstellt, dass es sich um gewerbliche, entlohnte Arbeiten handelt. Dann wird es ebenso schwierig wie bei den sogenannten Persönlichkeitsrechten, bei denen endlos darüber prozessiert wird,

wann und wie eine Person nur zufällig und beiläufig auf einem Bild vorkommt (erlaubt) und wann sie als Person bildbestimmend, das eigentliche Motiv ist.

»Nicht obwohl, sondern weil diese Fragen heikel und schwierig sind und zugleich empfindliche Konsequenzen haben, raten wir unseren Mitgliedsbetrieben in der ASW, deren Auftraggebern und Dienstleistern, sich intensiv mit diesem Thema zu befassen. Es gehört zu den Pflichten der Unternehmensleitung bzw. des Inhabers, für Korrektheit auch in diesen komplexen Fragen und Problemstellungen zu sorgen. Innerhalb der ASW bieten wir Schulungen und Hilfen an, keiner muss also blind in die Falle tappen.«

Vorbeugen statt nachzahlen

Wie dramatisch die Folgen sein können, macht Benno Frick an der Gebührenschaube im Rechtswesen klar: »Die Nachforderungen bezüglich der Nutzungsrechte sind meistens nicht sonderlich hoch. Aber ein über 500 Franken eingeklagtes Zusatzhonorar kann den Beklagten durchaus 5.000 Franken Anwalts-honorare und Verfahrensgebühren kosten. Und das tut dann richtig weh.«

»Vorbeugen«, so also sein Rat, »ist deutlich billiger als heilen.«

➤ www.asw.ch

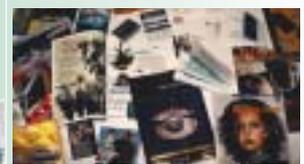


AUSRÜSTEN VERPACKEN VERSENDEN

Unsere Spezialitäten

- alle möglichen Falzarten
- abgesetzte Perforaturen
- Minibroschüren online
- Lochungen online stanzen
- Iose einstecken, 5 Beilagen
- folieren bis 10 Beilagen
- Minimailings (z.B. Jasskarten)
- Banderolieren (auch mitgeheftet)

- Falzmaschinen
- Sammelhefter
- Einsteckmaschinen
- Folien Versandanlagen
- Adressiermaschinen
- Spezialmaschinen



Schär Druckverarbeitung AG, Bernstr. 281, 4852 Rothrist Tel. 062 785 10 30 Fax 062 785