

Fotos: Pexels.com, Privat [ID 3089]

Schutz und Absicherung des kreativen Eigentums

Fast jeder unserer Lebensbereiche ist durch bestimmte Rechte und Gesetze definiert und geschützt, für fast alles gibt es eine passende Versicherung. Das gilt natürlich auch für das kreative Eigentum. Die wenigsten wissen jedoch, welche Rechte sie tatsächlich haben und welche Absicherungen möglich sind. Oder wussten Sie beispielsweise, dass eine Idee im Pitch – ohne etwas Eigeninitiative – nicht notwendigerweise geschützt ist und problemlos von einem anderen Dienstleister umgesetzt werden kann? Diese und andere Problemstellungen erläutern Rechtsanwalt Thomas Waetke und Versicherungsmakler Christian Raith in unserer Reihe „Rechts- und Versicherungsfragen einfach erklärt“.

Die Rechtssicht

Text: Thomas Waetke

In den vielen tausend Paragraphen in deutschen Gesetzen finden sich tatsächlich auch einige Regelungen rund um Kreativität, z. B. im Urheberrechtsgesetz, Markengesetz, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, Designgesetz usw. Ein zentrales Regelwerk ist das Urheberrechtsgesetz (UrhG). Das UrhG wartet mit einigen Überraschungen auf, mit denen man sogar den Juristen überraschen kann, der mit Urheberrecht ansonsten nichts zu tun hat.

Der kreative Urheber

Wer kann Urheber sein? Jeder, der im Rahmen (s)einer geistigen Schöpfung ein Werk herstellt: z. B. ein Foto, einen Text, eine Webseite, ein Motto, eine Skulptur, ein Musikstück, ein Bühnenbild, eine Lichtshow. Urheber kann ein Mitarbeiter der beauftragten Werbeagentur sein, aber auch der eigene Mitarbeiter.

Den Leitsatz des UrhG „Der Urheber soll von seinem Werk leben können“ findet man in den vielen Rechten des Urhebers, die ihm eine äußerst starke – und lukrative – Rechtsposition verschaffen. Zwei Beispiele: Der Urheber hat einen Anspruch auf angemessenes Honorar. Das kann er auch durchsetzen, wenn er mit seinem Abnehmer ein geringeres Honorar vereinbart: Jedenfalls dann, wenn der Urheber die exklusiven Rechte dem Abnehmer einräumen soll. Der Urheber kann Auskunft über die Verwertung seines Werkes verlangen, um gegebenenfalls noch weiteres Honorar nachfordern zu können.

Der Verwerter fremder Werke (z. B. der Veranstalter, der seine Veranstaltung mit fremden Fotos bewerben möchte) sieht sich einigen Anforderungen ausgesetzt, möchte er eine teure Abmahnung vermeiden: Vor der Verwertung muss er sich vergewissern, dass er das fremde Werk



tatsächlich auch nutzen darf. Er darf sich nicht auf seine Gutgläubigkeit berufen nach dem Motto „ich dachte, ich dürfte das Foto benutzen“. Die Gerichte setzen die Messlatte für den Verwerter hier außerordentlich hoch an: Der Verwerter muss recherchieren, wer der Urheber ist und ihn fragen. Dementsprechend sollte man übrigens eine sogenannte Freistellungsklausel vereinbaren mit allen Auftragnehmern, die geistige Rechte liefern: Mit der Werbeagentur, mit dem Fotografen, mit der Eventagentur usw. Mit dieser Klausel muss sich der Auftragnehmer verpflichten, den Auftraggeber von einer Inanspruchnahme bspw. eben des Urhebers freizustellen.

Der Verwerter muss sich gut überlegen, wozu er das fremde Werk nutzen möchte, denn er muss die richtigen Nutzungsrechte beschaffen. Kauft er heute zu wenige Rechte ein, können sie ihm morgen fehlen. Kauft er heute zu

viele Rechte ein, muss er ja auch entsprechend das angemessene Honorar bezahlen – selbst dann, wenn sich später herausstellt, dass er die vielen Rechte gar nicht braucht. Ordentliche Lizenzverträge, die die vielen möglichen Konstellationen berücksichtigen, sind sehr anspruchsvoll zu formulieren. Unbedingt notwendig ist aber, dass sich der Verwerter vorher gut überlegt, wofür er das fremde Werk später womöglich einsetzen möchte und das auch dem Urheber gegenüber dann so kommuniziert.

Das kreative Geheimnis

Die Agentur, die in einem Pitch ihre Idee präsentieren möchte, wird manchmal erstaunt feststellen, dass zwar der Auftrag nicht gekommen ist, aber die Idee vom Unternehmen dann doch umgesetzt wurde. Das

LIGHT | AUDIO | VIDEO | STAGE | RIGGING

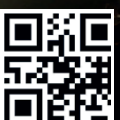


contour
shaping your event

contour Veranstaltungsservice GmbH
Heinz-Fröling-Str. 17 | 51429 Bergisch Gladbach

T +49 (0)2204 999 930
info@contour.tv
www.contour.tv

facebook.com/contour.tv



Problem: Oftmals glaubt die Agentur, ihre Idee bzw. ihr Konzept sei urheberrechtlich geschützt. Das ist es aber kraft Gesetz in den seltensten Fällen – also muss man vertraglich nachhelfen, um sich bzw. seine Idee zu schützen.

Verhältnismäßig nutzlos ist das Copyright-Zeichen ©, da das letztlich übersetzt nur Vervielfältigungsrecht bedeutet, aber nicht unbedingt daraus hervorgeht, wer der Rechteinhaber ist. Idealerweise versucht die Agentur, das Urheberrechtsgesetz vertraglich gelten zu lassen, also per Vertrag die Anwendbarkeit des Urheberrechtsgesetzes zu vereinbaren.

Außerdem sollten in einem ordentlichen Vertrag eine Geheimhaltungsklausel oder Vertraulichkeitsklausel nicht fehlen, bestenfalls auch

kombiniert mit einer Vertragsstrafenklausel = dass der Verletzte eine Vertragsstrafe bezahlen muss.

K wie Kreativität oder Künstlersozialkasse

Wer einen selbstständigen Künstler oder Publizisten beauftragt, muss regelmäßig auch Abgaben an die Künstlersozialkasse (KSK) bezahlen. Beauftragt bspw. der Veranstalter einen selbstständigen Graphiker mit der Erstellung einer Webseite, dann entsteht die Webseite ja nicht ausschließlich durch Programmierung, sondern auch durch einen kreativen Designanteil: Und eben für diesen künstlerischen Anteil der Tätigkeit muss der Veranstalter in den meisten Fällen KSK-Abgaben abführen. //

Die Versicherungssicht

Text: Christian Raith

Nachdem ich im letzten Bericht den Rechtsanwalt Thomas Waetke schon angemacht habe, dass er die Kreativität der Kunden so einschränken möchte, bin ich heute absolut positiv überrascht. Nur nette Hinweise, dass man sich das Recht schützen sollte usw. Dann muss ich natürlich auch aufpassen, dass ich nichts Negatives finde. Wobei es schon schwierig ist, denn Kreativität und Versicherungen sind doch eher zwei völlig gegenläufige Aussagen, es sei denn, wir nehmen die Kreativität der Versicherungskunden bei der Formulierung von Schäden, dass diese versichert sind oder die kreativen Ideen der Versicherer, diese dann abzulehnen. Wenn man wie ich in der Mitte sitzt, hört man hier schon die kuriosesten Geschichten.

Gegen Urheberrechtsverletzung absichern

Aber Spaß beiseite, soviel gibt es zu dem Thema wirklich aus Versicherungssicht nicht zu sagen. Wichtig ist und bleibt natürlich, dass man all die kreativen Sachen auch versichert.

Bin ich eher auf der kreativen Planungsseite, so sollte man sich dagegen versichern, dass man z. B. ein Urheberrecht eines anderen verletzt. Oft denkt man ja, man hätte eine gute, neue Idee, aber dann ist es doch schon von einer anderen Agentur verwendet und vielleicht sogar auch geschützt worden. Das wäre dann ein klassischer Vermögensschaden, welchen ich mit einer gleichlautenden Vermögensschadenhaftpflichtversicherung absichern kann. Gerade bei Eventagenturen, Grafikern, Designern etc. ist das schon eine empfehlenswerte Absicherung. Viele denken, dass das im Rahmen einer normalen Haftpflichtversicherung versichert wäre, was leider nicht der Fall ist, denn hier handelt es sich um sogenannte reine Vermögensschäden und diese sind eben dort in der Regel nicht versichert. Leider vergessen das einige Versicherungsberater zur erwähnen. Aber es ist wirklich so.

Schäden am kreativen Werk

Dann gibt es auch noch die kreativen Handwerksbereiche. Hier muss ich mich zum einen auch um die Haftpflichtversicherung kümmern, sprich, wenn durch mein kreatives Werk ein Dritter zu Schaden kommt, weil es z. B. auf der Messe oder im Konzert auf einen Besucher stürzt und zum anderen um das Objekt selbst. Hier könnte es ja auch sein, dass es wertvoll ist, nicht so leicht wieder herstellbar oder schon fast



ein Kunstobjekt darstellt. Das kann man natürlich auch versichern. Das wäre dann eine Sachversicherung die meist nur die klassischen Gefahren wie Einbruch, Sturm/Hagel oder Feuer abdecken.

Darüber hinaus kann man über Spezialdeckungen auch einen umfangreicheren Versicherungsschutz beantragen und erlangen. Leider kann ich hier gar keine Auskunft zu Prämien geben, denn wie man sich vorstellen kann, ist der Bereich so weit gestreut, dass es einfach nur unseriös wäre. Wichtig zu wissen ist ja nur, dass man sich versichern kann. Je nach Wert, Beschaffenheit, Örtlichkeit usw. wird dann individuell eine Prämie berechnet. //