



# MERKBLATT URHEBERRECHT

## GRUNDSÄTZLICHES ZUM THEMA

### BEGRIFFSDEFINITION

## Grundsätzliches

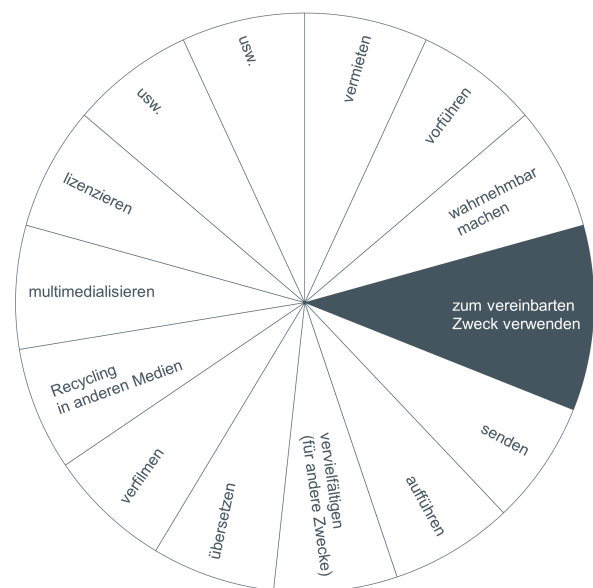
Mit Urheberrecht wird der Schutz einer geistigen Schöpfung mit individuellem Charakter (ein Werk im Sinne des Urheberrechts) sichergestellt. Der Schutz dauert bis 70 Jahre nach dem Tod des Schöpfers (bei Software 50 Jahre). Geschützt sind alle Formen von gestalterischen Leistungen aus allen Schaffensbereichen, nicht nur Texte und bildende Kunst, sondern auch Fotografie, Film- und Tonwerke, Bauwerke usw. Nicht geschützt sind allgemein gebräuchliche Formulierungen und Darstellungen in Text und Bild (z.B. Gelegenheitsfoto, Standardbriefe, einfache Gebrauchsanweisungen, Packungsbeilagen usw.). Ob eine Kreation im Einzelfall den notwendigen individuellen Charakter aufweist oder nicht, ist bei Grenzfällen schwierig vorherzusagen. Der Richter entscheidet letztlich, ob ein konkretes Werk geschützt ist oder nicht.

Hat eine gestalterische Leistung individuellen Charakter, so entsteht das Urheberrecht ohne weitere Formalitäten automatisch mit der Schöpfung. Durch das Urheberrecht geschützt ist nur die konkrete gestalterische Schöpfung. Nicht geschützt sind die dahinterstehenden Ideen und Konzepte.

## Nutzungsrecht / Teilrechte

Der kommerzialisierungsfähige Teil des Urheberrechts beinhaltet alle Verwendungs- und Verwertungsrechte, bestehend aus vielen verschiedenen Teilrechten, aus sogenannten Nutzungsrechten: Herstellen, Vorführen, Aufführen, Vervielfältigen (Kopieren), Verfilmen, Übersetzen, Recycling in anderen Medien, Vermieten, Senden, Wahrnehmbar machen usw.

Im Grundsatz bedarf jede Verwendung eines Werkes einer entsprechenden Erlaubnis des Rechteinhabers: *«Der Urheber oder die Urheberin hat das ausschliessliche Recht zu bestimmen, ob, wann und wie das Werk verwendet wird.»* (Art. 10 Abs. 1 URG)



*«Die Übertragung eines im Urheberrecht enthaltenen Rechtes schliesst die Übertragung anderer Teilrechte nur mit ein, wenn dies vereinbart ist.»* (Art. 16 Abs. 2 URG)

## Urheberrecht / Copyright

Im deutschen (nicht juristischen) Sprachgebrauch wird der Begriff Urheberrecht oft auch mit «Copyright» bezeichnet (mit dem entsprechenden Kürzel ©). Das Copyright-Zeichen ist aber nicht Voraussetzung für den Schutz, sondern lediglich eine «Duftmarke». Die angloamerikanische Bezeichnung für Immaterialgüterrecht ist inhaltlich nicht völlig deckungsgleich mit dem Schweizer und EU-Recht. Die Grundsätze des Urheberrechts sind aber international vereinheitlicht.

## Urheberpersönlichkeitsrechte

Zum Urheberrecht mit seinen verwert- und handelbaren Teilrechten gehören zudem die (unübertragbaren) **Urheberpersönlichkeitsrechte**.

In diese Kategorie gehört vor allem das Recht, als Urheber genannt zu werden und die Art der Nennung (z.B. Kürzel oder Deckname), die Erstveröffentlichung und die Werkintegrität (inklusive Abänderungsrecht) zu bestimmen.

Auf die Ausübung dieser Persönlichkeitsrechte kann soweit verzichtet werden, als damit nicht der Kernbereich der Persönlichkeit betroffen ist (z.B. Verschandelung des Werkes). In der Werbebranche ist es beispielsweise geradezu üblich, auf die Urhebernennung zu verzichten.

## Übertragung des Urheberrechts

Das Urheberrecht entsteht originär immer in der natürlichen Person des Schöpfers, auch wenn das «Produkt» im Arbeitsverhältnis erzeugt wurde. Ein Registereintrag wie beim Marken-, Design- und Patentrecht existiert nicht.

Das Urheberrecht ist aber übertragbar. Da die Gesetze keinen automatischen Rechteübergang vorsehen, ist es wichtig, mit Arbeitnehmern, Freelancern etc. klare vertragliche Vereinbarungen betreffend Rechteübergang zu treffen.

*«Das Urheberrecht ist übertragbar und vererblich.»  
(Art. 16 Abs. 1 URG)*

## Beschränktes Nutzungsrecht / Full buyout

Ohne besondere vertragliche Vereinbarung gehen in der Regel nur beschränkte Nutzungsrechte, nur solche, welche zur Realisierung des vereinbarten Projektes zwingend notwendig sind, auf den Arbeitgeber und/oder Auftraggeber über, nicht aber das volle Urheberrecht mit all seinen Teilrechten. Das gilt in der Werbebranche für alle kampagnengebundenen Werbemittel. Mit einer Übertragungsklausel kann aber ein «full buyout» vereinbart werden. Die Entschädigung muss aber den Arbeitsaufwand und den Nutzwert angemessen berücksichtigen.

### Langfristig genutzte Werbemittel

Nur bei den kennzeichnungskräftigen, auf langfristige Nutzung angelegten Kreationen wird auch ohne «full buyout»-Klausel die Übertragung sachlich, örtlich und zeitlich unlimitierter Verwendungsrechte angenommen. Dazu zählen Logos, Marken, Signete, Claims, Namenszüge, Erscheinungsbilder, Waren- ausstattungen, Etiketten, Packungen usw. Wenn das Urheberrecht nicht umfassend abgetreten wurde, müssen einzelne Nutzungsrechte vereinbart und entschädigt werden. Wenn Urheberrechte verletzt werden, muss die Lizenzgebühr nachträglich bezahlt werden. Urheberrechtsverletzungen werden auch strafrechtlich sanktioniert.

Da das Gesetz keine klaren Vorgaben zur Einräumung von Nutzungsrechten oder zur Übertragung von Urheberrechten macht, ist es wichtig, in allen Vertragsverhältnissen klare Regelungen zu vereinbaren. Es ist klar zu formulieren, ob ein totaler Rechteübergang oder sachlich, örtlich, zeitlich beschränkte, klar umschriebene Nutzungsrechte vorgesehen sind.

### Leistungsschutzrechte

Neben dem eigentlichen Urheberrecht bestehen eigenständig die sogenannten Leistungsschutzrechte (auch verwandte Schutzrechte oder Nachbarrechte genannt).

Das sind diejenigen Rechte, die dazu beitragen, dass Werke genossen werden können (ausübende Künstler wie Schauspieler und Musiker, Tonträger- und Filmproduzenten sowie Sendeunternehmen). Diese Leistungsschutzberechtigten haben an ihren Darbietungen, Aufnahmen und Sendungen ein eigenständiges, vom Urheberrecht unabhängiges Recht. Dieser

Schutz endet 50 Jahre nach der Aufführung des Werkes, Ausstrahlung der Sendung oder Veröffentlichung des Datenträgers.

Achtung: Bei urheberrechtlich geschützten Werken, deren Schutzdauer abgelaufen ist, stellt sich jeweils die Frage, ob noch Leistungsschutzrechte bestehen resp. abgegolten werden müssen.

### Verwertungsgesellschaften

Die Verwertungsgesellschaften übernehmen die Verwertung für die Rechteinhaber. Sie sind somit erste Anlaufstelle bei der Einholung von Nutzungsrechten:

Suisa für die Verwertung der Rechte an musikalischen, nicht theatralischen Werken ([www.suisa.ch](http://www.suisa.ch))

ProLitteris für die Verwertung der Rechte an Literatur, Fotografie und bildender Kunst ([www.prolitteris.ch](http://www.prolitteris.ch))

Société Suisse des Auteurs für die Verwertung der Rechte an wort- und musikdramatischen Werken ([www.ssa.ch](http://www.ssa.ch))

Suissimage für die Verwertung der Rechte an audiovisuellen Werken ([www.suissimage.ch](http://www.suissimage.ch))

Swissperform für die Verwertung verwandter Schutzrechte ([www.swissperform.ch](http://www.swissperform.ch))

Es ist im Einzelfall abzuklären, ob ein Auftragskünstler etc. überhaupt noch selber in der Lage ist, über seine Nutzungsrechte zu verhandeln, oder ob er diese Rechte an eine Verwertungsgesellschaft abgetreten hat.

### **Hinweis**

Sehr viele weitere Informationen zum Thema Urheberrecht finden Sie unter:  
<https://www.ige.ch/de/etwas-schuetzen/urheberrecht.html>

Ausgabe 2017