

Werbung und Recht

Das „Werberecht“ ist eine Querschnittsmaterie, die ihre Basis in verschiedenen (Rechts-)Quellen hat.

Man kann diese Quellen zum Thema „Was verboten ist“ in verschiedene Kategorien untergliedern:

Einerseits die werbespezifischen (Rechts-)Beschränkungen, die wiederum in Unter-kategorien gegliedert werden können, wie etwa personen- oder berufsspezifische, produkt- oder medienspezifische Beschränkungen. So gibt es z.B. für Rechtsanwälte oder Ärzte (per-sonenbezogene Beschränkungen) spezielle Werbebestimmungen, die eben nur für diese gelten. Als Beispiel für produktspezifische Beschränkungen sei unter anderem auf das Tabakwerbeverbot in besonderen Ausformungen hingewiesen und als medienspezifische Be-schränkungen soll auf die besonderen Regelungen der Rundfunkgesetze (Privatfernsehge-setz, ORF-Gesetz, Privatradiogesetz) verwiesen werden. Zu all diesen Materien wird in den weiteren Kapiteln noch näher eingegangen, sodass an dieser Stelle nur ein allgemeiner Hin-weis erfolgen soll.

Diesen Beschränkungen liegt generell zugrunde, dass sie sich direkt auf Werbemaß-nahmen beziehen und daher grundsätzlich leicht auszumachen sind. Gleich ist ihnen auch, dass sie zumeist Einzelbestimmungen in einem Gesamtregelwerk sind, das nicht nur das Thema Werbeverbote und -beschränkungen behandelt.

Andererseits sind für die Werbe- und Kommunikationswirtschaft auch jene Regeln der Rechtsordnung von besonderer Bedeutung, die nicht werbespezifisch sind, sondern sich an die Gesamtwirtschaft bzw. an die Gesellschaft richten.

Zu diesem Bereich zählen vor allem das **Urheberrecht**, das **Wettbewerbsrecht** und das **Markenrecht**.

Die Regeln dieser Materien können nicht automatisch als Werbebeschränkungen be-zeichnet werden. Der Grund liegt darin, dass besonders beim Urheber- und Markenrecht eine Beschränkung im Sinne einer unzulässigen Nutzung in der Regel nur insoweit vor-liegt, soweit der interessierte Nutzer/Werber vom Inhaber des jeweiligen Rechts nicht die Nutzungserlaubnis (Lizenz) erhalten hat.

Das Urheberrecht etwa dient dem Schutz des *geistigen Eigentums*. Hat man ein Nut-zungsrecht erlangt, kann man im Rahmen des vertraglich Vereinbarten sehr wohl ein ge-schütztes Werk verwenden. Gerade die Werbebranche ist sehr häufig mit dem Urheber-recht konfrontiert. Auf der einen Seite werden oft Fotos, Zeichnungen oder Texte Dritter für eine Kampagne benötigt und gilt es die Rechte daran zu erhalten, andererseits dient das Urheberrecht auch dem Schutz der Werbebranche.

Das Wettbewerbsrecht – im vorliegenden Zusammenhang ist damit ausschließlich das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) gemeint – soll einen volkswirtschaft-lich notwendigen fairen Wettbewerb ermöglichen. Diese Rechtsmaterie beinhaltet daher Regeln, die quasi einen „äußeren Rahmen“ bilden, innerhalb dessen sich Werbemaßnah-

men „bewegen“ können und als fair angesehen werden. Anders als im Urheber- oder Markenrecht können die Grenzen des Wettbewerbsrechts vertraglich nicht individuell vereinbart oder abgeändert werden. Es ist zwingendes Recht.

Diese Rechtsgebiete werden in diesem Kapitel überblicksmäßig dargestellt.

Haftung von Werbeunternehmen

Zur Haftung von Werbeunternehmern hat der Fachverband Werbung und Marktkommunikation 2013 einen wichtigen juristischen Erfolg vor dem Höchstgericht verzeichnet. Der Oberste Gerichtshof (OGH) hat in einem Urteil die von der gesetzlichen Interessenvertretung empfohlenen und herausgegebenen AGB bestätigt und diesen darüber hinaus eine weitreichende Wirkung verliehen. Danach ist der Auftraggeber selbst und nicht die Werbeagentur für die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften der vorgeschlagenen Werbemaßnahmen (die kennzeichen- und wettbewerbsrechtliche Überprüfung) verantwortlich.

Zur Haftung von Werbeagenturen

- Die sorgfältige Erfüllung eines Werbeagenturvertrags verlangt neben der werbetechnischen Sachkunde auch, für die rechtliche Absicherung der empfohlenen oder durchzuführenden Werbemaßnahme zu sorgen.
- Da eine Werbeagentur in aller Regel keine besondere Sachkenntnis auf rechtlichem Gebiet besitzt, muss sie deshalb – sofern eine rechtliche Überprüfung zum vereinbarten Leistungsinhalt geworden ist – für die Überprüfung durch einen spezialisierten Juristen sorgen.
- Ist eine wettbewerbsrechtliche Überprüfung nicht vom Auftrag umfasst, muss die Werbeagentur den Auftraggeber auf die Notwendigkeit einer kennzeichen- und wettbewerbsrechtlichen Überprüfung hinweisen.
- Dieser Aufklärungspflicht kann eine Werbeagentur auch mit Hinweis auf die Geltung ihrer AGB nachkommen.
- Branchenübliche AGB wie solche, die inhaltlich vom Fachverband Werbung und Marktkommunikation stammen, sind nicht als ungewöhnlich oder überraschend zu beurteilen.

In der Praxis kommen Agenturen dieser Aufklärungs- und Beratungspflicht mit Hinweis auf die Geltung ihrer AGB nach. Über die AGB wird dieser Haftungsausschluss für Agenturen Vertragsbestandteil und ist nicht gesondert mit dem Auftraggeber zu vereinbaren.

Haftungsübergang von der Agentur zum Kunden: Was bedeutet das in der Praxis für die Kommunikationsbranche?

Der Auftraggeber ist nun eindeutig für die kennzeichen- und wettbewerbsrechtliche Überprüfung und damit die rechtliche Absicherung der Werbe- bzw. PR-Maßnahme verantwortlich. Nach dem OGH ist es zulässig, wenn die Agentur darauf in ihren AGB hin-

weist. Werbeunternehmen und PR-Agenturen haben Rechtssicherheit, wenn sie die vom Fachverband Werbung herausgegebene und empfohlenen AGB verwenden. Dieser Haf-tungsübergang von der Agentur zum Kunden wurde vom OGH als branchenüblich und somit nicht als ungewöhnlich oder überraschend bezeichnet. Dem Auftraggeber kommt daher eindeutig das mit einer Werbe- bzw. PR-Maßnahme verbundene rechtliche Risiko zu. Die Agentur haftet daher nicht für Ansprüche, die aufgrund der Werbemaßnahme durch Dritte gegen den Kunden erhoben werden.

1. Das Urheberrecht

Wie bereits oben ausgeführt, handelt es sich bei dieser Rechtsmaterie um Bestim-mungen, mit denen das geistige Eigentum eines Werkschöpfers einerseits geschützt werden soll, andererseits aber auch deren Nutzungsmöglichkeiten geregelt werden. Basis und Aus-gangspunkt bildet das **Urheberrechtsgesetz** (UrhG). In Bezug auf die Nutzungsmöglich-keiten eines geschützten Werks ist auch das Vertragsrecht von besonderer Bedeutung, das als Quelle neben dem UrhG auch noch andere Gesetze kennt, wie insbesondere das Allge-meine Bürgerliche Gesetzbuch (ABGB) oder das Unternehmensgesetzbuch (UGB).

Was ist nun Urheberrechtlich geschützt?

1.1 Grundvoraussetzungen und Werkarten

Das Urheberrechtsgesetz (UrhG) kennt gewisse Kategorien von Werken, deren Schöpfern das Schutzrecht zukommt, sofern das Werk als eine **eigenständliche geistige Schöpfung** qualifiziert werden kann.

Bei den Kategorien handelt es sich um

- Werke der **Literatur**: Darunter sind Sprachwerke aller Art einschließlich **Computer-programme** zu verstehen; auch Bühnenwerke, deren Ausdrucksmittel Gebärden und andere Körperbewegungen sind (choreographische und pantomimische Werke) zäh-len dazu.
- Werke der **Tonkunst**.
- Werke der **bildenden Künste**: Dazu zählen nicht nur Gemälde oder Zeichnungen, sondern auch Werke der **Lichtbildkunst** (Fotos), der **Baukunst** und des Kunstge-werbes sowie der angewandten Kunst.
- Werke der **Filmkunst**.
- Das Urheberrechtsgesetz (UrhG) schützt auch sogenannte **Sammelwerke**. Darunter versteht man das Zusammenstellen von einzelnen Werken (welcher Werkkategorie auch immer) zu einem einheitlichen Ganzen (z.B. Lexika, bei denen einzelne Texte nach einer gewissen Konzeption, Auswahl oder Anordnung zusammengestellt wer-den). Aber auch hier ist es notwendig, dass die Zusammenstellung zu einem ein-heitlichen Ganzen die Kriterien der eigenständlichen geistigen Schöpfung erfüllt. Nur dann kann das Sammelwerk Urheberrechtlichen Schutz genießen. Durch die Aufnahme in das Sammelwerk bleibt das Urheberrecht der einzelnen Beiträge un-berührt.

- Auch **Datenbankwerke** genießen als Sammelwerke Urheberrechtlichen Schutz, wobei für diese teilweise Sondervorschriften bestehen (§ 40 f UrhG).
- **Bearbeitungen** von vorstehenden Werken können im Fall einer Qualifikation als eigentümliche geistige Schöpfung ebenfalls Urheberrechtlichen Schutz genießen. Damit aber z.B. ein Sprachwerk bearbeitet (etwa übersetzt) und verwertet werden darf (vervielfältigt und verbreitet), bedarf es der Bewilligung durch den Rechteinhaber des Originals.

Damit die genannten Werke dem Schutz des Urheberrechtsgesetzes unterstellt werden, muss das Werk die Voraussetzungen einer **geistigen eigentümlichen Schöpfung** erfüllen (§ 1 UrhG). Was heißt das?

Die Voraussetzung **Schöpfung** ist wohl noch am einfachsten zu klären, wird damit doch nichts anderes verlangt, als dass die ursprüngliche Idee in einem für die Außenwelt wahrnehmbaren Ergebnis münden muss. Die Idee muss für die Außenwelt erkennbar sein¹⁾. Damit kommt zum Ausdruck, dass eine Idee, die bloß im Kopf existiert, aber noch nicht niedergeschrieben, gemalt, gezeichnet, fotografiert oder sonst wie nach außen in Erscheinung getreten ist, noch keinen Urheberrechtlichen Schutz genießen kann. Das Gesetz sieht allerdings nicht vor, dass das Werk auf einem bestimmten materiellen Träger festgehalten wird (obwohl dies aus Beweisgründen wohl empfehlenswert ist).

Mit dem Begriff **geistige** wird zum Ausdruck gebracht, dass nicht das körperlich wahrnehmbare Werkexemplar/Werkstück Urheberrechtlichen Schutz genießt, sondern die dahinter stehenden geistigen/intellektuellen Gestaltungen²⁾.

Die wohl schwierigste Frage bei der Prüfung, ob ein Werk einen Urheberrechtsschutz genießt, ist, ob es als **eigentümlich** bezeichnet werden kann. Der Oberste Gerichtshof (OGH) hat in seiner Rechtsprechung festgehalten, dass sich die nach außen in Erscheinung getretene Schöpfung vom *Alltäglichen, Landläufigen und üblicherweise Hervorgebrachten abheben* muss und das Ergebnis einer *individuellen eigenartigen Leistung* sein muss, um als eigentümlich qualifiziert werden zu können³⁾. Es bedarf der Sichtbarmachung der *persönlichen Züge* des Schöpfers.

Die Beurteilung dieser Voraussetzungen kann immer nur im Einzelfall erfolgen. Aus Vorsichtsgründen ist aber im Zweifel davon auszugehen, dass ein Urheberrecht besteht.

¹⁾ stRsp, siehe *Dittrich*, UrhR⁶ (2012) § 1 E 115 ff; *Kucsko*, Geistiges Eigentum² (2015) 1112; *Ciresa* in *Ciresa/Büchele/Guggenbichler*, UrhG, § 1 Rz 15–24; *Kucsko* in *Kucsko* (Hrsg), urheber.recht (2007) 86.

²⁾ stRsp, siehe *Dittrich*, UrhR⁶ (2012) § 1 E 113 f; *Kucsko*, Geistiges Eigentum² (2015) 1105 ff; *Ciresa*, aaO; *Kucsko* in *Kucsko* (Hrsg), urheber.recht (2008) 88.

³⁾ stRsp, siehe *Dittrich*, UrhR⁶ (2012) § 1 E 23 ff. (E34); *Kucsko*, Geistiges Eigentum² (2015) 1105 ff; *Ciresa*, aaO; *Kucsko* in *Kucsko* (Hrsg), urheber.recht (2007) 89 f.

1.2 Wem steht das Urheberrecht zu? Wann entsteht es?

Das Urheberrecht entsteht nach österreichischem Recht formlos. Das bedeutet: Mit dem **Akt der Schöpfung** lebt es auf, ohne dass es einer Registrierung oder einer sonstigen Handlung bedarf. Es ist daher ein Irrglaube, dass das Urheberrecht erst mit der Kennzeichnung durch ein Copyright-Zeichen (©) entsteht.⁴⁾

Die Frage, wem es zukommt bzw. bei wem es entsteht, ist von entscheidender Bedeutung. Nach dem österreichischen UrhG ist jener als Urheber zu betrachten, der das Werk **geschaffen** hat, also der **Schöpfer** (§ 10 ff UrhG). Da das Werk ein Ergebnis einer eigenständlichen geistigen Leistung sein muss (um Urheberrechtlichen Schutz genießen zu können) und dies nur von **natürlichen Personen** erbracht werden kann, kommen auch nur diese als Schöpfer und damit als originäre Rechteinhaber in Betracht. Juristische Personen oder Personengesellschaften (OG, KG) können daher nicht (originäre) Urheber sein. Auch nicht der Arbeitgeber, dessen Arbeitnehmer im Zuge seiner beruflichen Tätigkeit eine Werkleistung erbringt (z.B. ein angestellter Graphiker einer Werbeagentur). Davon zu unterscheiden ist allerdings die Frage, ob dem Arbeitgeber aus dem Dienstverhältnis heraus ein automatisches Verwertungsrecht (siehe S. 15) zukommt oder ob er sich dieses durch Vereinbarungen (z.B. Dienstvertrag) sichern muss. In der Regel wird man wohl von einer stillschweigenden Nutzungs- und Verwertungsüberlassung⁵⁾ für den Arbeitgeber an dienstlich geschaffenen Werken ausgehen können, sofern über das Urheberrecht nicht ohnehin im Dienstvertrag eine Regelung getroffen wurde. Gleiches wird man wohl auch bei Auftragsverhältnissen annehmen können, wobei hier wohl eine Einschränkung auf den jeweiligen Auftragszweck anzunehmen sein wird.

Im Einzelfall können schwierige Interpretationsfragen auftreten (z.B. was den Umfang und die Dauer anbelangt), **sodass vertragliche Regelungen (z.B. im Arbeitsvertrag oder im Auftragsvertrag) sehr zweckmäßig sind.**

Das Sprichwort: „Wo eine Regel, dort auch eine Ausnahme“ trifft auch in diesem Fall zu: Das österreichische UrhG sieht bei Datenbankwerken und Computerprogrammen vor, dass dem Arbeitgeber (gleich ob natürliche oder juristische Person) das unbeschränkte Werknutzungsrecht von Gesetzes wegen zukommt, wenn das Computerprogramm oder das Datenbankwerk vom **Arbeitnehmer** in Erfüllung seiner **dienstlichen Obliegenheiten**⁶⁾ geschaffen und im Dienstvertrag nichts anderes vereinbart wurde.⁷⁾ In diesem Fall stehen dem Arbeitgeber auch einige Urheberpersönlichkeitsrechte wie etwa die Urheberbezeichnung oder der Werkschutz zu (siehe unten unter Kapitel 1.3., Seite 14f.).

Auch im Fall von Leistungsschutzrechten (verwandte Schutzrechte)⁸⁾ sowie bei gewerblich hergestellten Filmwerken können die Verwertungsrechte anderen als natürlichen

⁴⁾ Es ist aber auch nicht falsch, wenn der Rechteinhaber den Copyright-Vermerk an seinem Werk quasi als „Warnhinweis“ anbringt.

⁵⁾ Vgl. Kucsko, Geistiges Eigentum² (2015) 1136; Hornsteiner in Kucsko (Hrsg), urheber.recht (2007) 191.

⁶⁾ Der Umfang der Dienstpflichten ergibt sich beispielsweise aus dem Dienstvertrag, einer Weisung oder einem Kollektivvertrag.

⁷⁾ Diese Regel kommt allerdings bei Auftrags-/Werkverträgen nicht zur Anwendung.

⁸⁾ Siehe unter Kapitel 1.4.

Personen zukommen. Bei Filmwerken besteht überdies eine weitere Sonderregel: So besitzt der gewerbliche Filmproduzent aufgrund einer *cessio legis* (originär) die Verwertungsrechte an dem von ihm produzierten Filmwerk (zu beachten ist hinsichtlich einer Bearbeitung oder Übersetzung des Filmwerkes allerdings die Regelung des § 39 Abs. 4 Urhebergesetz).

In einer arbeitsteiligen Welt kommt es oftmals vor, dass mehrere Personen an der Entstehung eines Werks einen eigentümlichen geistigen Schöpfungsbeitrag leisten. Die teilhabenden Schöpfer sind entweder **Miturheber** oder **Teilurheber**.

Von einer Miturheberschaft spricht man dann, wenn die einzelnen Leistungen eine untrennbare Einheit bilden (z.B. Mitautoren eines Buchs). Teilurheberschaft liegt dann vor, wenn die einzelnen Teilleistungen selbstständig verwertbar sind, also keine untrennbare Einheit vorliegt (z.B. bei einem Song, der aus einem musikalischen Teil und einem Text besteht).

Die Unterscheidung ist insofern relevant, als der Teilurheber seinen Werkteil unabhängig vom Gesamtwerk verwerten kann (es sei denn die Teilurheber haben untereinander eine gegenteilige Vereinbarung getroffen). Will man an einem unter Miturheberschaft stehendem Werk Rechte erlangen, bedarf es grundsätzlich der Zustimmung aller daran beteiligten Miturheber. Die Unterscheidung hat auch für die Berechnung der Schutzfrist Bedeutung (siehe Kapitel 1.6.).

1.3 Inhalt des Urheberrechts

Das Urheberrecht ist ein Schutzrecht. Es schützt einerseits die persönlichkeitsrechtlichen, geistigen und andererseits die wirtschaftlichen Interessen des Urhebers. Ein wesentliches Merkmal des Urheberrechts besteht darin, dass der Urheber jeden von der Nutzung seines Werks ausschließen kann. Er hat also ein **Ausschließungsrecht**. Möchte ein Dritter das geschützte Werk nutzen, bedarf es grundsätzlich einer Bewilligung durch den Urheber bzw. der von diesem mit der Verwertung und der Wahrnehmung der Urheberrechte (treuhändig) betrauten Unternehmung, wie etwa einer Verwertungsgesellschaft oder eines Verlags (es sei denn, es besteht ausnahmsweise eine gesetzlich geregelte freie Werknutzung oder der Urheberrechtsschutz ist zeitlich abgelaufen).

Die wesentlichen **persönlichkeitsrechtlichen** Interessen spiegeln sich in den folgenden Rechten des Urhebers wider:

- Der Urheber hat das ausschließliche Recht, das Werk erstmals der Öffentlichkeit zugänglich zu machen (**Veröffentlichungsrecht**). Dabei kann er entscheiden, wie dies geschehen soll, durch wen oder wann dies passieren soll. Es bleibt ihm aber auch unbenommen, das Werk überhaupt nicht zu veröffentlichen.
- Dem Urheber kommt das Recht zu, darüber zu entscheiden, ob und mit welcher **Urheberbezeichnung** sein Werk versehen wird.
- Der **Werkschutz**: Damit wird gewährleistet, dass das Werk nicht ohne Zustimmung des Urhebers gekürzt, mit Zusätzen oder sonstigen Änderungen versehen wird. Dieser Schutz umfasst auch die Urheberbezeichnung und den Werktitel. Eingeschränkt wird dieses Ausschließungsrecht lediglich dadurch, als der Urheber dem Nutzungs berechtigten nicht untersagen kann, Veränderungen vorzunehmen, die durch den

Zweck der **rechtmäßigen** Nutzung gerechtfertigt sind. So wird ein Graphiker seinem Auftraggeber wohl nicht untersagen können, dass dieser das auftragsgemäß gefertigte Logo je nach dem Träger, auf dem es angebracht werden soll, einmal vergrößern und einmal verkleinern darf, soweit keine Entstehung des Logos damit einhergeht und sofern in einem Vertrag nicht gegenteiliges vereinbart wurde.

- Unverzichtbar ist weiters der **Schutz der Urheberschaft**, durch den der Schöpfer eines Werks immer das Recht hat, dass das Werk ihm zugeschrieben wird und nicht einem Dritten.⁹⁾

Die wirtschaftlichen Interessen drücken sich in den verschiedenen, vom UrhG vorgesehenen **Verwertungsrechten** aus. Diese sind:

- Das **Bearbeitungs- und Übersetzungsrecht**: Dieses (Ausschließungs-) Recht verbietet es, dass ein bearbeitetes Werk oder eine Übersetzung ohne Zustimmung des Urhebers des Basiswerks verwertet wird (z.B. in Form einer Vervielfältigung, Verbreitung, Zurverfügungstellung, Veröffentlichung etc.). Erfüllt die durch die Bearbeitung oder Übersetzung neu geschaffene Leistung auch die Voraussetzungen der geistigen Eigentümlichkeit, kommt der Übersetzung oder Bearbeitung der Urheberrechtliche Schutz genauso zu wie dem bearbeiteten Werk.
- Das **Vervielfältigungsrecht**: Unter Vervielfältigung versteht man das Kopieren eines Werks, gleichgültig in welcher technischen Form (mechanisch, digital, photographisch, abmalen, abzeichnen, abschreiben).
- Das **Verbreitungsrecht**: Dem Urheber obliegt die Entscheidung das (Original-)Werk oder eine Vervielfältigung davon als erster der Öffentlichkeit anzubieten oder in Verkehr zu bringen. Auf dieses Recht kann sich der Urheber dann nicht mehr berufen, wenn mit seiner Zustimmung das körperliche (!) Werk durch Übertragung des Eigentums daran in einem Mitgliedsstaat der Europäischen Gemeinschaft oder des EWR in Verkehr gebracht wurde (Erschöpfungsgrundsatz).
- Das **Folgerecht**: Danach hat der Urheber eines Werks der bildenden Kunst, der sein Originalwerk bereits veräußert hat, einen Vergütungsanspruch, wenn dieses Originalwerk durch Vertreter des Kunstmarkts (Auktionshäuser, Kunstmärkte, Kunsthändler) weiterveräußert wird und der Verkaufspreis mindestens € 3.000,- beträgt.
- Das **Vermiet- und Verleihrecht**: Darunter versteht man einerseits das zeitlich begrenzte, Erwerbszwecken dienende Überlassen eines Werks (Vermietrecht) bzw. andererseits das ebenso zeitlich begrenzte, nicht Erwerbszwecken dienende Überlassen eines Werks (Verleihrecht).
- Das **Senderecht**: Der Urheber hat das ausschließliche Recht darüber zu entscheiden, ob das Werk mittels Rundfunk der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird, also über Rundfunk gesendet wird.
- Das **Vortrags-, Aufführungs- und Vorführungsrecht**
- Das **Zurverfügungstellungsrecht**: Darunter versteht man das dem Urheber vorbehaltene Recht, das Werk (durch Uploading) der Öffentlichkeit zum interaktiven Abruf (z.B. im Internet) bereitzustellen.

⁹⁾ Dieses Recht steht z.B. auch einem Ghostwriter zu, der vertraglich vielleicht gegenüber einer bestimmten Person (etwa einem Verlag) auf seine Urhebernennung verzichtet hat, wenn ein Dritter behauptet, das Werk stamme von ihm.

1.4 Die Leistungsschutzrechte

Neben den Schöpfern eigentümlicher geistiger Leistungen gewährt das österreichische UrhG auch **Produzenten** und **Interpreten** von Urheberrechtlich geschützten Werken sowie auch anderen Schutz (siehe sogleich die Aufzählung). Der Schutz, den das UrhG diesen Personen als Leistungsschutzberechtigten gewährt, ist in weiten Bereichen dem Schutz der Urheber gleich. Auch diesen Personen kommen ausschließliche Verwertungsrechte und teilweise auch persönlichkeitsrechtliche Schutzrechte zu. Leistungsschutzberechtigte können neben natürlichen Personen auch juristische Personen sein.

Folgende Leistungsschutzberechtigte sieht das österreichische UrhG vor:

- Ausübende Künstler (Interpreten wie z.B. Schauspieler, Musiker, Sänger)
- Veranstalter von Vorträgen und Aufführungen (z.B. Konzertveranstalter, nicht aber Sportveranstalter)
- Tonträgerhersteller (Musikproduzenten)
- Sendeunternehmen
- Lichtbild- und Laufbildhersteller (Fotografen, gewerbliche Filmhersteller)
- Datenbankhersteller: das Schutzrecht kommt dabei jenen Personen zu, die die wesentliche Investition für die Beschaffung, Überprüfung oder Darstellung für den Inhalt der Datenbank vorgenommen hat
- Herausgebern nachgelassener Werke

1.5 Titel- und Persönlichkeitsschutz

Neben dem „klassischen“ Urheberrecht enthält das österreichische UrhG auch noch weitere Schutzrechte, die inhaltlich nicht unbedingt mit eigentümlichen geistigen Schöpfungen oder davon abgeleiteten Leistungen zu tun haben. Dabei handelt es sich z.B. um

- Das Recht auf **Bildnisschutz**: Nach der einschlägigen Bestimmung des § 78 UrhG ist es unzulässig, Bildnisse von Personen (z.B. Fotos mit Abbildungen einer Person) öffentlich auszustellen oder auf eine andere Art, wodurch sie der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, zu verbreiten, wenn dadurch **berechtigte** Interessen des Abgebildeten verletzt werden.¹⁰⁾ Dies ist z.B. der Fall, wenn der Abgebildete durch die Veröffentlichung eines Fotos mit seiner Abbildung bloßgestellt werden könnte, das Foto zu Missdeutungen führen kann oder die Intimsphäre verletzt wird. Für die Werbebranche von besonderer Bedeutung ist natürlich die Frage, ob man eine Abbildung von einer Person für Werbezwecke verwenden kann: Die Judikatur unterstellt einen Eingriff in die berechtigten Interessen eines Abgebildeten, wenn ohne dessen Zustimmung sein Bildnis zu Werbezwecken benutzt wird¹¹⁾. Es ist daher unabdingbar, vor Durchführung einer Kommunikationskampagne mit Abbildungen von Personen deren Zustimmung einzuholen (hierbei können gleichzeitig Verwendungszweck, Verwendungsduauer und Verbreitungsgebiet vereinbart werden).

¹⁰⁾ Bei der Interessenabwägung kann bei Personen des öffentlichen Lebens (z.B. Politiker) ein anderer Grad der berechtigten Interessen angesetzt werden als bei anderen Personen.

¹¹⁾ OGH 3.4.1990, 4 Ob 16/90 – Thomas Muster – MR 1990, 141.

- Das Recht auf **Titelschutz** für die Bezeichnung eines Werks der Literatur (z.B. Buch, Zeitschriften, Zeitungen) oder (bildenden) Kunst (Tonkunst, Bilder, Skulpturen, Filmkunst etc.).

1.6 Wie lange währt das Schutzrecht?

- Der Schutz für Urheberrechtlich geschützte Werke inklusive Computerprogramme und Datenbankwerke endet **70 Jahre** nach dem Tod des Urhebers bzw. bei Miturhebern nach dem Tod des zuletzt lebenden Miturhebers (bei Filmwerken nach dem Tod des zuletzt Lebenden aus folgendem Personenkreis: Hauptregisseur, Urheber des Drehbuchs und des für das Filmwerk besonders geschaffenen Werks der Tonkunst);
- für Leistungsschutzrechte **50 Jahre** nach der Darbietung (bei ausübenden Künstlern), Aufnahme oder Veröffentlichung (bei Musikproduzenten, Veranstaltern oder Lichtbildherstellern) bzw. nach der Sendung (bei Rundfunkunternehmen).
- Sondervorschriften bestehen für leistungsgeschützte Datenbanken: Hier währt der Schutz **15 Jahre** nach Abschluss der Herstellung bzw. nach Veröffentlichung.
- Für nachgelassene Werke währt der Schutz für den Herausgeber **25 Jahre** nach Veröffentlichung.

1.7 Lizenzierung

Aus dem Urheberrechtlichen Schutzrecht entspringt das Ausschließungsrecht: Es untersagt jedem, eine Nutzungs-/Verwertungshandlung zu setzen, sofern der Urheber oder Leistungsschutzberechtigte bzw. der Verlag oder die Verwertungsgesellschaft nicht die Erlaubnis erteilt hat, das geschützte Werk oder die Leistung zu nutzen/verwerten.

Aus diesem Grund benötigt der Nutzer eine entsprechenden Bewilligung (Lizenz), sofern das Gesetz nicht eine freie Werknutzungsmöglichkeit vorsieht (ist für kommerzielle Verwertungshandlungen kaum vorgesehen) oder das Schutzrecht abgelaufen ist.

Eine solche Bewilligung (Lizenz) kann entweder **ausdrücklich** oder konkludent, **schriftlich** oder mündlich, **exklusiv** oder **nicht-exklusiv** erteilt werden. Empfehlenswert ist auf jeden Fall eine ausdrückliche und schriftliche Lizenzierung. Ob eine exklusive oder nicht-exklusive Rechteeinräumung sinnvoll ist, hängt von den jeweiligen Einzelumständen ab. Bei Exklusivitätsvereinbarungen ist zu berücksichtigen, dass auch der Urheber selbst von der Verwertung seines Werks ausgeschlossen ist.

In einem Lizenzvertrag kann der Umfang der Nutzung (alle oder nur einige Verwertungsrechte), der örtliche und zeitliche Geltungsbereich als auch die Übertragbarkeit der Rechte auf Dritte geregelt werden.

Aufgrund der Individualität der einzelnen Geschäftssituationen können keine allgemein-pauschalen Empfehlungen betreffend der Lizenz-Gestaltung gegeben werden, doch sollten bei Werbekampagnen zu folgenden Punkten Überlegungen angestellt werden:

- Zweck und Umfang der Nutzung (welche Verwertungsrechte sind für die Kampagne notwendig bzw. zweckmäßig)

- Rechte an Personenbildnissen (Fotos)
- Medien
- Verbreitungsraum
- Verbreitungszeitpunkt/-raum
- Gegebenenfalls Möglichkeit der Verlängerung bzw. Ausweitung
- Übertragbarkeit auf Dritte
- Recht auf Bearbeitung

1.8 Verwertungsgesellschaften

In der Praxis steht oft eine Vielzahl von Nutzern einer Vielzahl von Urhebern gegenüber (etwa im Musikbereich). Die Gewährung und Kontrolle von eingeräumten Nutzungsrechten bzw. deren Erlangung wäre daher ein äußerst aufwändiger Vorgang. Verwertungsgesellschaften helfen, diese Aufgaben leichter zu bewältigen.

Verwertungsgesellschaften sind Unternehmen, die treuhändig die Rechte (insbesondere die vermögensrechtlichen Verwertungsrechte) von Urhebern oder Leistungsschutzbe rechtigten wahrnehmen und in ihrer Funktion als Treuhänder auch Nutzungsbewilligungen erteilen können.

Mittels Gegenseitigkeitsverträgen sind die Verwertungsgesellschaften international verbunden, weshalb sie in der Regel auch die Bewilligungen für die Nutzung ausländischer Werke oder Leistungen erteilen können.

Die österreichischen Verwertungsgesellschaften als auch deren Wahrnehmungsumfang, der sich aus den jeweiligen Betriebsgenehmigungsbescheiden ergibt, können von der Website der Aufsichtsbehörde für Verwertungsgesellschaften unter www.rtr.at abgerufen werden.

1.9 Urheberrechtsnovelle 2015

Im Juli 2015 hat das Parlament die Urheberrechtsgesetz-Novelle 2015 verabschiedet. Bis dahin haben aufgrund aktueller anhängiger Verfahren vor dem Obersten Gerichtshof (OGH) und dem Europäischen Gerichtshof (EuGH) erhebliche Rechtsunsicherheiten bestanden. Die Novelle sieht im Wesentlichen folgende Schwerpunkte vor:

- Bei den Vergütungen für Vervielfältigungen für den eigenen und privaten Gebrauch wurde eine Rechtslücke geschlossen. Bis zur Novelle war offen, inwieweit das geltende Urheberrecht auf Vervielfältigungen auf digitale Speichermedien anzuwenden ist. Auch wenn der EuGH und der OGH wesentliche Vorfragen im Zusammenhang mit der Urheberrechtsabgabe geklärt haben, bestand doch erhebliche Rechtsunsicherheit in der Rechtsanwendung.
- Im Bereich der freien Werknutzungen führten verstreute Bestimmungen zum Zitatrecht und die fehlende Ausnahme für ein „unwesentliches Beiwerk“ zu Unsicherheiten in der praktischen Anwendung.
- Im Bereich Forschung und Wissenschaft gab es Rechtsunsicherheiten, ob und in welchem Umfang Vervielfältigungen und die öffentliche Zurverfügungstellung für die