

WEM GEHÖRT DAS NUTZUNGSRECHT?

Kunde: "Wir wollen alle Rechte – schliesslich bezahlen wir dafür." **Agentur:** "Ja und nein." Bei der Übertragung des Nutzungsrechts am geistigen Eigentum einer Agentur gibt es immer wieder offene Fragen und Missverständnisse. Der folgende Artikel soll zur Klärung beitragen.

Text: **Walter Merz*** Bild: **The Jupiter Drawing Room, Kapstadt**



Spieglein, Spieglein an der Wand: Wem gehört das Recht auf dein Bild?

Genau wie Maler, Bildhauer, Komponisten oder Fotografen sind Agenturen Inhaber von Urheberrechten. Das Urheberrecht – oft auch mit dem etwas problematischen angloamerikanischen Begriff Copyright bezeichnet – gehört immer dem Schöpfer eines künstlerischen Werks respektive einer geistigen Schöpfung mit individuellem Charakter. Geschützt sind gemäss dem Urheberrechtsgesetz (URG) alle Formen von künstlerischen Leistungen aus allen Schaffensbereichen. In der Werbung sind dies zum Beispiel Exposés für Konzepte, Gestaltungsvorschläge, Text, Bild, Ton, grafische

Arbeiten, Fotos, Filme, Etiketten, Packungen, Markensignete, Namenszüge, Online-Media-Produktionen, Radio-Spots, TV-Spots usw.

ÜBERTRAGBARE NUTZUNGSRECHTE

Das Urheberrecht besteht aus verschiedenen Teilrechten. Während der Dauer der vertraglichen Zusammenarbeit überträgt die Agentur als Inhaberin des Urheberrechts dem Kunden im Rahmen des vorgängig bestimmten geografischen Raumes das Nutzungs- oder Verwendungsrecht ihres geistigen Eigentums. Wer ein Verwendungsrecht erwirbt, erwirbt jedoch nicht das volle Urheberrecht. Art und Umfang der Rechteübertragung sind im

Grundvertrag klar zu regeln. Nach Auflösung der vertraglichen Zusammenarbeit ist die Nutzung des geistigen Eigentums nur mit Zustimmung der Agentur und nach Leistung einer angemessenen Entschädigung gestattet. Diese Entschädigung entspricht in der Regel 10 Prozent der Brutto-Werbekosten für das genutzte Werbemittel und ist für die Dauer von drei Jahren jährlich zu bezahlen. Nach diesem Zeitraum ist das Nutzungsrecht für das entsprechende Werbemittel abgegolten.

AUSNAHME: LANGFRISTIGE WERBEMITTEL

Die Entschädigung für langfristig genutzte Werbemittel und die Einräumung des Nutzungsrechts wird hier unter Berücksichtigung von Arbeitsaufwand und Nutzungswert bestimmt. Nach Bezahlung der Rechnung geht normalerweise das uneingeschränkte Nutzungsrecht an den Auftraggeber über. Als langfristig genutzte Werbemittel gelten zum Beispiel Etiketten, Packungen, Erscheinungsbilder, Marken, Signete oder Namenszüge.

WIDERRECHTLICHE NUTZUNG

Es ist den Auftraggebern gemäss URG nicht gestattet, das geistige Eigentum der Agentur widerrechtlich zu nutzen. In diesem Fall werden Konventionalstrafen nicht unter 50 000 Franken fällig, und die Agentur kann die widerrechtliche Nutzung gerichtlich verbieten lassen.

NUTZUNGSRECHTE DRITTER

Die Nutzungsrechte von Dritten (Models, Darsteller, Fotografen, Musiker, Bildagenturen usw.) werden während der vertraglichen Zusammenarbeit und für die Zeit nach Auflösung der Zusammenarbeit jeweils gesondert geregelt. ■

* Walter Merz ist Geschäftsführer von bsw leading swiss agencies.