



INFOBLATT
NUTZUNGSRECHTE AN WERKEN
NACH DEM URHEBERRECHTSGESETZ

1. *Was ist unter „Nutzungsrechten“ zu verstehen?*

Das Urheberrecht schützt den Urheber in seinen wirtschaftlichen (vermögensrechtlichen) und geistigen (persönlichkeitsrechtlichen) Interessen.

Im Zusammenhang mit Urheberrechten („copyright“) ist gemeinhin von „Nutzungsrechten“ die Rede. Damit ist in der Regel das Recht des Urhebers, über Art, Umfang und Bedingungen der Verwertung seines Werkes zu entscheiden, gemeint. Das Recht zur Nutzung stellt aber nur *eine* Art der Verwertung eines Werkes dar. Neben der Nutzung gibt es noch das Recht der Bearbeitung (§ 5 UrhG), das Recht der Übersetzung (§ 5 UrhG), das Recht der Vervielfältigung (§ 15 UrhG), das Recht der Verbreitung (§ 16 UrhG), das Recht der Vermietung und des Verleihens (§ 16a UrhG), das Senderecht (§ 17 UrhG), das Vortrags-, Aufführungs- und Vorführungsrecht (§ 18 UrhG) sowie das Zurverfügungstellungsrecht (§ 18a UrhG, sog. „Online-Recht“). All diese Rechte werden zusammengefasst als Verwertungsrechte bezeichnet.

2. *Wem steht das Recht zur Verwertung eines Werkes zu?*

Das Recht der Verwertung steht zunächst dem Urheber, also dem Schöpfer des Werkes zu. Wirken an der Schöpfung mehrere mit und bildet das Werk eine untrennbare Einheit, so steht das Recht der Verwertung allen gemeinschaftlich zu. Kein Miturheber kann dann alleine über die Verwertung entscheiden. Die Miturheber können vertraglich festlegen, wem welcher Anteil zukommt. Tun sie dies nicht, verfügt jeder im Zweifel über denselben Anteil.

3. *Wodurch und zu welchem Zeitpunkt entsteht das Recht zur Verwertung?*

Das Recht zur Verwertung entsteht mit der Schöpfung.

Anders als etwa bei Marken, Patenten oder Gebrauchsmustern ist eine Eintragung in ein Register keine Voraussetzung für das Entstehen des Rechtes und dessen Schutz. Bereits die Vollendung des Schöpfungsaktes lässt die Rechte entstehen.





4. *Wie werden Verwertungsrechte eingeräumt?*

Es steht dem Urheber frei, Dritten Verwertungsrechte an seinem Werk einzuräumen. Die Einräumung von Verwertungsrechten erfolgt durch Vertrag (§ 26 UrhG), dessen Abschluss an keine Form gebunden ist und somit schriftlich, mündlich oder auch konkludent zustande kommen kann. Der Urheber kann frei bestimmen, in welchem Umfang, in welchen zeitlichen und örtlichen Grenzen und zu welchen sonstigen Konditionen (Entgelt, Übertragbarkeit, Sublicenzrechte, Kündigungsgründe, usw.) er einem Dritten welche Verwertungsrechte einräumt. Er kann ein exklusives oder auch nicht-exklusives Recht einräumen. Im Streitfall ist die Reichweite durch Auslegung zu ermitteln; dabei gelten die allgemeinen zivilrechtlichen Grundsätze für die Vertragsauslegung (§§ 914 ABGB).

Zu beachten ist, dass es keinen gutgläubigen Erwerb von Nutzungsrechten gibt (z.B. OGH 21.04.2009, 4 Ob 64/09d). Nach dem Rechtsgrundsatz „*niemand kann mehr Rechte einräumen, als er selbst besitzt*“ bedeutet dies, dass ein Erwerb von Nutzungsrechten nur dann stattfindet, wenn der Erwerb vom tatsächlich Nutzungsberechtigten erfolgt. Dies kann der Urheber selbst sein oder aber auch ein Dritter, dem der Urheber die Rechte abgetreten hat. In der Praxis wirft dies mitunter Probleme auf, weil es nicht leicht zu überprüfen ist, ob derjenige, von dem Nutzungsrechte erworben werden, auch tatsächlich Inhaber dieser Rechte ist.

5. *Was gilt, wenn es zu Nutzungsrechten keine explizite Regelung oder Vereinbarung gibt?*

In der Praxis wird das Thema „Nutzungsrecht“ zwischen Urheber (Agentur, Graphiker, Texter, Designer, etc.) und Auftraggeber oft nicht besprochen und demgemäß keine konkrete vertragliche Regelung getroffen.

In solchen Fällen gilt nach der ständigen Judikatur des Obersten Gerichtshofes die sogenannte Zweckübertragungstheorie. Dem Auftraggeber eines Werkes wird auch ohne diesbezügliche Abrede schlüssig das Recht eingeräumt, das Werk zu jenem Zweck zu verwenden, zu welchem es in Auftrag gegeben wurde (z.B. OGH 04.09.2007, 4 Ob 112/07k). Entscheidend ist die im Zeitpunkt der Auftragserteilung vom Auftraggeber ins Auge gefasste und dem Urheber bekannte Nutzung, also der Zweck, zu dem das Werk für den Auftraggeber erstellt werden soll. Im Zweifel erwirbt der Auftraggeber nicht mehr Rechte, als für den praktischen Zweck der vorgesehenen Werknutzung notwendig ist. Ist für den Auftraggeber nur eine exklusive Nutzung sinnvoll, dann erwirbt er ein exklusives Recht (z.B. OGH 21.11.2006, 4 Ob 212/06i).

6. *Welche Konsequenzen hat es, wenn ein Werk ohne Nutzungsrechte oder über den vereinbarten Umfang hinaus verwendet wird?*





Die Konsequenzen einer unbefugten Nutzung eines Werkes sind im Urheberrechtsgesetz geregelt. Der Nutzungsberechtigte hat

- Anspruch auf Unterlassung, mit dem er die weitere unbefugte Nutzung seines Werkes untersagen kann.
- Anspruch auf Beseitigung, mit dem er alle Gegenstände, die in sein Urheberrecht eingreifen, vernichten lassen kann.
- Anspruch auf Veröffentlichung des Urteils, mit dem seiner Klage stattgegeben wird, wenn ein berechtigtes Interesse an der Aufklärung der Öffentlichkeit über einen begangenen Urheberrechtsverstoß vorliegt.
- Anspruch auf ein angemessenes Entgelt, das von der Art, Dauer und Intensität der Nutzung ebenso abhängt, wie von der Bekanntheit des Werkes oder des Urhebers. Das angemessene Entgelt orientiert sich an einer marktüblichen Lizenzgebühr, die redliche Parteien vereinbart hätten. Der Anspruch ist von einem Verschulden unabhängig; er besteht somit auch dann, wenn der Betreffende gutgläubig war und darauf vertraute, dass er das Werk nutzen darf.
- Anspruch auf Schadenersatz und Herausgabe des Gewinns, wobei dieser der Höhe nach das Doppelte eines angemessenen Entgeltes beträgt, sofern kein höherer Schaden nachgewiesen werden kann.
- Anspruch auf Rechnungslegung und Auskunftserteilung.

Sofern eine Urheberrechtsverletzung vorsätzlich erfolgt, sieht das Gesetz eine Freiheitsstrafe bis zu 6 Monaten oder eine entsprechende Geldstrafe vor, wobei sich diese strafrechtlichen Sanktionen bei gewerbsmäßiger Begehung auf zwei Jahre Freiheitsstrafe erhöhen.

Verfasser des Infoblattes: Rechtsanwalt Dr. Christian Nordberg

Für Fragen wenden Sie sich an:

Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien

Wirtschaftskammer Wien

T: 01 51450/3790 | F: 01 512 95 48 3796

E: manfred.pichelmayer@wkw.at | W: www.werbungwien.at

