



Leitfaden Urheberrecht

Urheberrecht in a „nutschell“

Es gibt unzählige Seiten Literatur zur Materie der Urheber- und Nutzungsrechte. Gerade Kreativbetriebe stoßen in ihrer Praxis fast täglich an diese Grenzen. Das zeigt sich etwa in regelmäßig wiederkehrenden Mitgliederanfragen in unserem Fachgruppenbüro. Die nachfolgenden Inhalte sind als Leitfaden aufgebaut und bieten ein zusammenfassendes sowie kompaktes Wissen aus einer anwenderorientierten Sichtweise an.



Dr. Clemens Griesenberger
Geschäftsführer der WKNÖ Fach-
gruppe Werbung und Marktkom-
munikation

Wirtschaftskammer-Platz 1
3100 St. Pölten
T: 02742/851 197 12
werbung@wknoe.at
www.werbemonitor.at

i Info:

Literaturauswahl:

- Urheberwissen für die Praxis. Wie schütze und nutze ich geistiges Eigentum? DDr. Meinhard Ciresa, erschienen 2009 im Linde Verlag
- Urheberrecht für die Praxis. Alles, was Sie wissen müssen. Dr. Thomas Höhne, erschienen 2010 im Verlag Österreich
- Grundzüge des Urheber- und Verwertungsgesellschaftenrechts. Dr. Harald Karl, erschienen im Linde Verlag

Der Leitfaden ist unter folgendem Link abrufbar:

www.werbemonitor.at

Aufgaben wie die folgenden sind das tägliche Brot für Kreativbetriebe: Eine Werbeagentur bekommt den Auftrag, die bestehende – einst von einer anderen Agentur kreierte – Unternehmensbroschüre einem Relaunch zu unterziehen. Sie soll künftig Interessierten einen Überblick über die Produktpalette des Auftraggebers vermitteln. Ein Unternehmen plant die komplette Neuausrichtung des Internetauftritts und beauftragt eine Agentur, Fotos und Texte zu liefern. Ein Unternehmenslogo ist in die Jahre gekommen und soll behutsam von einer Werbeagentur in einen zeitgemäßen Stil übergeführt werden ... Alleine diese Beispiele beinhalten – teils sehr komplexe – urheberrechtliche Fragestellungen, die im Vorfeld abzuklären sind.

„Einfache Beispiele aus dem Agenturalltag beinhalten oft komplexe urheberrechtliche Fragen.“

Im Mittelpunkt des Urheberrechts stehen die geistige Schöpfung eines jeden Urhebers und seine damit verbundenen Eigentumsrechte. Urheber ist, wer ein nach Urheberrechtsgesetz geschütztes Werk geschaffen hat (§ 10 UrhG). Dieses geistige Eigentum ist keinesfalls mit dinglichen Eigentumsrechten gleichzusetzen, wo der Rechtsinhaber nach Belieben mit der erworbenen Sache weiter verfahren kann. Jedoch darf dieses Eigentumsrecht nur soweit gewährt werden, als entgegenstehende gesetzliche Bestimmungen und Rechte Dritter davon betroffen sind – beispielsweise die Rechte des Urhebers. So kann möglicherweise das dingliche Eigentum an einem Werbespot beim Radio-/Fernsehsender oder beim Käufer/Auftraggeber liegen. Nicht betroffen davon sind wie gesagt die Rechte des Urhebers, der darüber zu entscheiden hat, inwieweit er dem Inhaber des dinglichen Rechts eine räumliche oder zeitliche Nutzung des Werbespots einräumt.

Copyright und Urheberrecht

Auch gegenüber Dritten, die gutgläubig das geistige Eigentum erworben haben (z. B. weil

der Urheber dem Käufer nicht bekannt war), kann der Urheber seine Unterlassungsansprüche durchsetzen und diese vom Gebrauch der gutgläubig erworbenen Sache ausschließen. Dabei sind Copyright und Urheberrecht zwar recht ähnlich, letztendlich aber doch verschieden. Während beim Copyright das Werk im Mittelpunkt steht, zielt das Urheberrecht auf den Prozess der geistigen Schöpfung ab, eng verbunden mit der Person, die das Werk kreiert (Schöpferprinzip des Urheberrechts). Dieses höchstpersönliche Urheberrecht ist somit auch nicht weiter übertragbar, selbstverständlich kann der Urheber aber jedem Interessierten Werknutzungsrechte an seiner Schaffung einräumen.

§ 1 des Urheberrechtsgesetzes (UrhG) definiert den Begriff Werk als eine „eigentümliche geistige Schöpfung auf den Gebieten der Literatur, der Tonkunst, der bildenden Künste und der Filmkunst“. Das UrhG kennt nur vier Werkkategorien: Literatur, bildende Kunst, Musik und Film. Darüber hinausgehend sind jedoch auch die sogenannten Leistungsschutzrechte im UrhG geregelt, die vom Gesetzgeber ebenso – neben dem klassischen Werk – als schutzwürdig erkannt werden. Dazu zählen Schutzrechte des Tonträgerherstellers, des Sendeunternehmers, des Veranstalters, des Herstellers von Datenbanken, des Lichtbild- und Laufbildherstellers und die Rechte der ausübenden Künstler. An dieser Stelle sei nochmals der Begriff der „Eigentümlichkeit“ hervorgehoben, d. h. es ist notwendig, für jedes Werk ein Mindestmaß an Originalität aufzuwenden. Nach dem UrhG genießt ein Werk als Ganzes, aber auch in seinen Teilen urheberrechtlichen Schutz.

Die Regelungen im UrhG erstrecken sich daher nicht nur auf ein Gesamtwerk, sondern der Schutz umfasst auch Teile dieses Werks (z. B. charakteristische Musiksequenzen). Der Schutz besteht jedoch nur, wenn sich die Originalität dieser Einzelteile als maßgeblich für das Gesamtwerk erweist.

Natürliche Person erbringt schöpferische Leistung

Aus der Definition eines Werks lässt sich auch ableiten, dass nur eine natürliche Person – der

Mensch – schöpferische Leistungen erbringen kann. Keinesfalls kann eine juristische Person (z. B. GmbH, AG, Verein etc.) oder eine Personengesellschaft (OG, KG) diese erbringen, sondern hier nur wieder diejenigen natürlichen Personen, die in diesen Organisationen arbeiten und somit durch ihr Tätigwerden Träger dieser Rechte sind. Im Urheberrecht ist auch irrelevant, ob die Person zum Zeitpunkt der Urheberschaft des Werks minderjährig, zurechnungsfähig oder besachwaltet ist, sie ist trotzdem Träger der Urheberrechte. Für die weitere Verwertung des Werks ist zuletzt genannter Personenkreis jedoch selbst nicht berechtigt.

Wie verhält es sich bei Dienstnehmern?

Dies gilt ebenso, wenn Dienstnehmer (Angestellte, freie Dienstnehmer, sonstige Mitarbeiter) aufgrund ihres Dienstverhältnisses und ihrer Aufgabenzuteilung in Erfüllung der Dienstpflicht vertraglich zur Entwicklung von urheberrechtlich geschützten Werken unter Zuhilfenahme der jeweiligen zur Verfügung gestellten betrieblichen Mittel verpflichtet sind. Urheber bleibt dennoch alleine der Dienstnehmer, was jedoch nicht notwendigerweise gleichzeitig die Nutzungs- und Verwertungsrechte betrifft.

Soll der Arbeitgeber in weiterer Folge alleiniger Träger der uneingeschränkten Verwertungsrechte (zeitlich als auch geografisch) sein, ist eine entsprechende Regelung als vertragliche Grundlage im Dienstvertrag dafür vorzusehen (uneingeschränktes Nutzungs-, Bearbeitungs- und Weitergaberecht). Generell ist davon auszugehen, dass ein Arbeitnehmer in der Kreativwirtschaft mit der Unterzeichnung seines Dienstvertrags dem Arbeitgeber das uneingeschränkte Verwertungsrecht an den im Rahmen seiner Tätigkeit geschaffenen Werken überträgt. Das gilt auch sinngemäß für Werkvertragsnehmer. Wird ein bestehendes dienstvertragliches Verhältnis aufgelöst, muss es dem ehemaligen Dienstnehmer möglich sein, Proben seines Talents einem neuen Arbeitgeber zu präsentieren. Inwieweit ein Werk eine „eigentümliche geistige Schöpfung“ darstellt, mag im Einzelfall nicht einfach zu

„Welche Werke einer Agentur sind dem Urheberrechtsgesetz zuzuordnen und welche nicht?“



Jakub Jirsak © 123RF.com

beurteilen sein – die Judikatur dazu ist ausufernd. Auf jeden Fall ist es unumgänglich, dass das urheberrechtlich geschützte Werk durch den Urheber eine individualistische Beschaffenheit bekommt und auch als deutlich erkennbares Ergebnis der Umwelt präsentiert werden kann. Die Ideen und gedanklichen Vorstellungen zu einem Werk alleine sind dabei zu wenig konkret. Urheberrechtlich geschützt ist somit nur eine gegenwärtig umgesetzte Idee.

Darüber hinaus hat sich der Grundsatz der Formfreiheit im Urheberrecht durchgesetzt. Damit ist gemeint, dass ein Werk den Schutz auch ohne gesonderte Registrierung oder den Copyright-Vermerk „©“ genießt. Der freiwillige Hinweis auf den Urheberrechtsschutz eines Werks ist jedoch zweifelsohne empfehlenswert und hat Signalwirkung. Damit ist die Inhaberschaft der Rechte von Beginn an zu dokumentieren und dabei Dritten zu signalisieren, dass die Verwendung ohne Einholen einer Genehmigung nicht gestattet ist. Gleichzeitig macht das bloße Anbringen eines Copyright-Vermerks an der vorliegenden Sache weder ein Werk im urheberrechtlichen Sinn daraus, noch begründet es Urheberschaft.

Praxisrelevante Fragen für Werbeagenturen

Wo sind also idealtypische Werke und Herausforderungen einer Werbeagentur oder eines Werbegrafik-Designers dem Urheberrechtsgesetz zuzuordnen? Beispielsweise wären dies im § 3 UrhG Werke der bildenden Kunst, wozu auch Werke der angewandten Kunst (Kunstgewerbe vs. bildende Kunst (Kunstwerke)) zählen. Der angewandten Kunst zuzuordnen sind insbesondere Werbe- und Gebrauchsgrafiken, wobei die Originalität dieser Werke nicht bloß technisch bedingt sein darf. Nach einer Entscheidung des Obersten Gerichtshofs (OGH) gilt auch das gesamte Layout einer Website als Gebrauchsgrafik. Inwiefern sie urheberrechtlichen Schutz genießt, hängt von der konkreten Ausgestaltung der Seite ab (Individualität).

Vorsicht ist auch beim Thema Lichtbildkunst – sprich Fotografie – geboten. In der Judikatur der letzten Jahre war zu beobachten, dass die notwendige Originalität des Werks weiter zurückging. Nichtsdestotrotz ist die Fotografie vom Urheberrecht insoweit erfasst, als ein Lichtbild als Werk gilt, wenn ein Mindestmaß an kreativer Zusammenstellung durch den Fotografen erkennbar ist. Selbst Lichtbilder ohne Werkstatus haben einen eigenen Leistungsschutz, wobei in diesem Fall das herstellende Unternehmen bzw. sein Geschäftsführer begünstigt ist, jedoch nicht mehr der Fotograf. § 4 UrhG umfasst Filmwerke, die insofern eine Sonderstellung aufweisen, als üblicherweise ein solches neues Gesamtkunstwerk aus einer Reihe von Werkbeiträgen entsteht (Drehbuch, Kostüm, Architektur („Set“) etc.).

Gefahr beim Pitch

Für die kreative Werbeagentur besteht bei Beteiligung an einer Ausschreibung – einem Pitch – das Risiko, dass der potenzielle Auftraggeber die präsentierten Ideen selbst sammelt und durch den Wettbewerb realisieren lässt. Werden die konkreten Texte und Gestaltungsmerkmale entsprechend (ausreichend) umgearbeitet und abgeändert, begehrt er damit auch keine

Urheberrechtsverletzung. Wie kann der Kreative nun eine solche Übernahme seiner Leistung am effizientesten verhindern? Nun, den wirkungsvollsten Schutz bietet ein Konzept bei der Pitch-Präsentation, das nicht nur allgemeine Ideen und Gestaltungsinhalte vorsieht, sondern entsprechend konkret die Umsetzung dokumentiert (Skizzen, Fotos, Kurzvideo, Modelle etc.). Zur vollständigen Dokumentation lässt die Werbeagentur die ausschreibende Stelle bestätigen, welche Unterlagen und Dokumente, die selbstverständlich einen klaren Urheberrechtshinweis (Rechtevorbehalt) tragen, der potenzielle Auftraggeber erhalten hat. Verhandlungsgeschick ist zur Zielerreichung in einer solchen Pitch-Situation natürlich förderlich.

Schutz des Werks

Generell endet die Schutzdauer für Urheberrechte 70 Jahre ab Tod des Urhebers bzw. für Leistungsschutzrechte 50 Jahre ab Veröffentlichung. Erst dann ist die Schutzdauer für den Urheber bzw. für dessen Erben abgelaufen. Davon zu unterscheiden ist die kürzere urheberrechtliche Schutzfrist von 25 Jahren ab Erstveröffentlichung eines Herausgebers an einem nachgelassenen Werk, das vom eigentlichen Urheber während Lebzeiten nie veröffentlicht wurde und dessen Schutz bereits erloschen ist. Der Herausgeber besitzt dieselben Verwertungsrechte wie der Urheber, hält jedoch keine „geistigen“ Rechte am Werk und kann somit rechtlich nicht gegen Veränderungen am Werk vorgehen. Wird generell von einer Übertragung des Urheberrechts gesprochen, so ist dies juristisch falsch. Das Urheberrecht kann unter Lebenden nicht übertragen werden (anders im Fall der Vererbung), wohl kann aber der Urheber einem Dritten seine Verwertungsrechte einräumen.

Oft geben bestehende Werke die Inspiration, ein neues Werk – basierend auf dem existierenden – zu kreieren. Ist die Schutzdauer des alten Werks bereits abgelaufen, ist das Werk gemeinfrei und das Heranziehen stellt kein Problem dar. Üblicherweise besitzt das Werk noch den entsprechenden urheberrechtlichen Schutz, der Urheber hält nach wie vor die Verwertungsrechte an seiner Kreation. Dient das bestehende Werk nun lediglich der Inspiration für eine neue Schaffung, kann grundsätzlich von einer freien Benutzung (freie Nachschöpfung, § 5 (2) UrhG) ausgegangen werden. Wichtig ist bei der freien Benutzung, dass die Ausarbeitung des neuen Werks einen deutlichen (fast ganzheitlichen) Kontrast gegenüber dem Originalwerk aufweist. Die Abgrenzung erweist sich jedoch in den meisten Fällen als äußerst schwierig und problematisch, die Grenze bleibt durch den Gesetzgeber unpräzise. Nach dem Urteil des OGH darf die selbstständige Neuschöpfung (Nachschöpfung) gegenüber dem Original nur in Thema, Idee, Stoff oder Problemstellung ident sein.

Werden Teile eines bestehenden Werks übernommen (z. B. als Grundlage für das neue Werk), ist die Zustimmung des Urhebers dafür einzuholen (vgl. dazu auch das Thema „Zitieren“ als Regelung der freien Werknutzung). Das UrhG spricht im § 5 von der sogenannten Bearbeitung. Wesentlich für die Bearbeitung ist, dass exakt jener Teil des Originals übernommen wird, der die individuelle Eigenart aufweist. Dem Bearbeiter werden in Folge dieselben Schutzrechte zuteil wie dem Urheber des Ori-

ginalwerks. Verwertet darf das neue Werk nur dann werden, wenn der Urheber des Originalwerks dafür auch seine Zustimmung erteilt (§ 14 (2) UrhG).

Beispiele für Bearbeitungen bzw. Abgrenzungsfragen

Basierend auf einem Roman soll ein Kinofilm entstehen, die Erstellung eines Drehbuchs zum Film ist eine Bearbeitung des Romans. In weiterer Folge soll der Film auf den Kinoleinwänden erscheinen, diese Verwertung (Verfilmung) muss ebenso mit dem Romanautor vereinbart werden.

Wird ein fremdsprachiges Buch übersetzt, ist der Übersetzer Bearbeiter und damit Urheber seines übersetzten Buchtitels. Für die Verwertung der Übersetzung (Verkauf des gedruckten Buches oder E-Books) benötigt der Übersetzer die Einwilligung des Autors des Originalwerks. Die deutsche Band „The Baseballs“ produziert Coverversionen aktueller, zeitgenössischer Lieder aus den Charts und erstellt z. B. aus einem Pop-Song eine Rock ’n’ Roll-Version dieses Titels. Nach geltender Rechtsauffassung ist eine Coverversion noch keine Bearbeitung des Originaltitels, wenn eine nahezu vollständige Übereinstimmung mit dem Original vorliegt (d. h. eine bloße Interpretation ohne Berührung der Substanz des Titels, daher keine Bearbeitung im urheberrechtlichen Sinne). Trotzdem gelten auch hier die Regelungen der Bearbeitung sinngemäß.

Ein Werbeblatt (Postwurfsendung) für einen Pizza-Zustelldienst zeigt einen Pizza-Boten auf einem Moped. Ein ähnliches, jüngeres Werbeblatt – von einer anderen Agentur für einen anderen Pizza-Zustelldienst kreiert – zeigt ebenso einen Pizza-Boten, diesmal jedoch auf Rollschuhen. Hierbei handelt es sich nicht um eine Bearbeitung, sondern um eine Nachschöpfung (bloße Übernahme der Idee des Pizza-Zustellens durch einen flinken Boten).

„Wo bewegen sich Kreativbetriebe in einem Graubereich?“

Der Agenturalltag beweist: Das Urheberrecht kommt schneller zur Anwendung als gedacht. In den nächsten Zeilen werden die Rechte der Urheber durchleuchtet und angeführt, was der Gesetzgeber unter der freien Werknutzung versteht. Für eine Präsentation, bei der dem Kunden eine Kampagne vorgestellt wird, verwendet die Agentur einige Fotos. Es gibt nur wenige Vervielfältigungsstücke. Bewegt sich der Kreativbetrieb dabei in einem Graubereich? Wie verhält es sich mit dem Surfen im Internet und dem dabei zwischengespeicherten Cache? Ein Society-Event, über den im Fernsehen berichtet wird, geht erfolgreich über die Bühne. Dabei ist im Hintergrund Live-Musik der dort auftretenden Band für den TV-Zuseher hörbar. Welche Form der Werknutzung ist dabei zu beachten? Die Urheberrechte teilen sich in Urheberpersönlichkeitsrechte und Verwertungsrechte.

Urheberpersönlichkeitsrechte: Rechte zum Schutz der geistigen Interessen

Grundsätzlich steht es dem Urheber offen, auf seine Urheberrechte zu verzichten. Auf einen gewissen Kern der urheberrechtlichen Befugnisse kann jedoch nicht rechtsverbindlich verzichtet werden (§ 19 UrhG „Schutz der Urheberschaft“ oder „droit de paternité“). Damit wird es dem Urheber erst möglich, zu jedem Zeitpunkt seine Urheberschaft geltend zu machen.

Verwertungsrechte: Wirtschaftliche Nutzbarkeit für den Urheber

Ein Vertrag, der solche Verwertungsvereinbarungen vorsieht, wird Lizenzvertrag genannt. Inhalt eines solchen Lizenzvertrags ist die Übertragung eines Werknutzungsrechts bzw. einer Werknutzungsbewilligung (§ 24 (1) UrhG), z. B. das Recht zur Vervielfältigung, Verbreitung, Sendung, Aufführung oder Zurverfügungstellung. Bei einer Werknutzungsbewilligung, in der einzelne Verwertungsarten isoliert genehmigt werden, kann der Urheber das Werk einerseits selbst verwerten oder Dritten parallel dazu Werknutzungs-



Songphon Kotesopha © 123RF.com

bewilligungen übertragen (keine Ausschließlichkeit). Im Gegensatz dazu erhält man mit dem Werknutzungsrecht (§ 26 UrhG) das ausschließliche Recht an einem Werk inklusive aller Verwertungsarten. In so einem Fall ist selbst der Urheber nicht mehr zur weiteren Nutzung berechtigt, ausschließliches Werknutzungsrecht hat der Werknutzungsrechteberechtigte. Dieses Recht wirkt absolut und gegen jeden (Exklusivrecht).

„Mit ‚freier Werknutzung‘ ist nicht ‚Unentgeltlichkeit‘ gemeint!“

Das heißt, nicht nur der Urheber, sondern auch der Inhaber kann gegen jeden Verletzer vorgehen. Eine Einschränkung des Werknutzungsrechts ist in zeitlicher, räumlicher oder sachlicher Hinsicht möglich. Grundsätzlich braucht die weitere Übertragung des Werknutzungsrechts die Zustimmung des Urhebers, außer das Werknutzungsrecht ist Bestandteil eines Unternehmens (Unternehmensnachfolge – keine Zustimmung des Urhebers nötig, § 28 UrhG). Besteht zum Zeitpunkt der Erteilung von Werknutzungsrechten bereits eine Werknutzungsbevollmächtigung, so bleibt Letztere davon unberührt.

Verwertung – das Gesetz sieht folgende konstitutive Verwertungsbefugnisse vor:

- **Vervielfältigungsrecht (§ 15 UrhG)**

Maßgeblich für die Vervielfältigung (Kopieren) eines Werks ist, dass von der neu hergestellten Version auch ein Abruf möglich ist.

- **Verbreitungsrecht (§ 16 UrhG)**

Das Verbreitungsrecht umfasst das Recht, das Werk öffentlich in Verkehr zu bringen (Verkauf, Verleih, Vermietung). In der Praxis sind Vervielfältigungsrecht und Verbreitungsrecht meist gekoppelt. Mit dem Kauf des Werks ist jedoch noch nicht die weitere Vermietung oder Verleihung inkludiert, diese muss eigens vereinbart werden.

- **Senderecht (§ 17 UrhG)**

Das Senderecht versteht die Übermittlung des Werks zeitgleich an eine Vielzahl von Personen (Öffentlichkeit), wobei die Nutzer den Zeitpunkt des Abrufs nicht bestimmen können. Es unterscheidet sich dadurch vom Recht der Zurverfügungstellung.

- **Vortrags-, Aufführungs- und Vorführungsrecht (§ 18 UrhG)**

Die drei genannten Rechte mit selbiger Befugnis erfassen die „unkörperliche“ Wiedergabe an die Öffentlichkeit (Sprachwerk, Tonkunst, Filmwerk, Werk der bildenden Kunst). Die Judikatur sieht dafür auch den Begriff der „sukzessiven“ Öffentlichkeit vor, wonach nicht vorgesehen ist, dass die gesamte Öffentlichkeit das Werk gleichzeitig konsumieren muss. Wahrgenommen werden diese Rechte grundsätzlich durch Verwertungsgesellschaften („kleine Rechte“ durch AKM (Gesellschaft der Autoren, Komponisten und Musikverleger), „große Rechte“ (Opern, Bühnenwerke) durch Urheber direkt bzw. deren Verlage).

- **Zurverfügungstellungsrecht (§ 18a UrhG)**

Dieses Recht sieht vor, dass der Nutzer das Werk zu einem beliebigen Zeitpunkt abrufen kann (Regelung für Internet, Intranet, öffentliche Netzwerke). Wie im Werknutzungsrecht angeführt, ist der Urheber selbst nicht mehr berechtigt, über das Werk zu verfügen. Kümmert sich jedoch der Inhaber des Verwertungsrechts gleichzeitig nicht um die Verwertung, dann kann der Urheber

- **das Rückrufrecht (§ 29 UrhG) in Anspruch nehmen, wenn**

- der Berechtigte nicht oder in unzureichendem Maße vom Werknutzungsrecht Gebrauch macht,
- wichtige Interessen des Urhebers beeinträchtigt werden und
- ihn daran kein Verschulden trifft.

Leistungsschutzrechte (§ 66 UrhG) oder Nachbarrechte

Generell verweisen die Bestimmungen über Leistungsschutzrechte, welche die Nutzungsrechte und Rechte der Leistungsschutzberechtigten betreffen, auf die Regelungen des Urheberrechts und sind größtenteils mit diesen ident. Sie werden auch als „Nachbarrechte“ bezeichnet und sind allgemein schwächer ausgestaltet als die eigentlichen Urheberrechte.

Leistungsschutzrechte in „Nachbarschaft“ zu urheberrechtlich geschützten Werken bedeutet nicht zwingenderweise, dass von Leistungsschutzberechtigten gezeigte Werke auch urheberrechtlich geschützt sein müssen. Jedoch muss es sich um ein Werk laut Definition des UrhG handeln.

Freie Werknutzung

Das UrhG definiert eine abschließende (taxative) Aufzählung von zulässigen freien Werknutzungen. Folglich sind die Verwertungsrechte des Urhebers einerseits durch eine freie Werknutzung, andererseits durch die festgelegte Schutzdauer limitiert. Freie Werknutzungen meinen dabei nicht „Unentgeltlichkeit“, der Urheber hat auch hier Anspruch auf Vergütung. Vielmehr soll der Öffentlichkeit und Gesellschaft ein ungehinderter Zugang zu gewissen geschützten Werken ermöglicht werden.

Nichtsdestotrotz sind die Urheberpersönlichkeitsrechte von den freien Werknutzern zu wahren, dies gilt besonders beim Zitat (Quellenangabe erforderlich).

- Freie Werknutzung zu Zwecken der **öffentlichen Sicherheit** oder zur Sicherstellung des ordnungsgemäßen Ablaufs von Verwaltungsverfahren, parlamentarischen Verfahren oder Gerichtsverfahren (§ 41 UrhG). Hier besteht staatspolitisches Interesse und daher kein Vergütungsanspruch.
Beispiel: Veröffentlichung eines Fotos einer vermissten Person in einer Tageszeitung.

- **Flüchtige und begleitende Vervielfältigung (§ 41a UrhG)**

Zur kumulativen Erfüllung zählen folgende Voraussetzungen:

- die Vervielfältigung ist flüchtig oder begleitend
- sie ist ein integraler und wesentlicher Teil eines technischen Verfahrens
- ihr alleiniger Zweck ist die Übertragung in einem Netz zwischen Dritten durch einen Vermittler oder eine rechtmäßige Nutzung und
- die Vervielfältigung hat keine eigenständige wirtschaftliche Bedeutung

Beispiel: Surfen im Internet, Zwischenspeichern im Cache-Speicher etc.

- **Vervielfältigung zum eigenen und privaten Gebrauch (§ 42 UrhG)**

Es ist die wichtigste freie Werknutzung. Dabei ist kein Inverkehrbringen in die Öffentlichkeit bzw. Verlassen der Privatsphäre (Unternehmenssphäre) zulässig, lediglich einige wenige Kopien.

Beispiel: Zur Vorstellung einer Kampagne verwendet eine Werbeagentur einige Agenturfotos für die wenigen Präsentationsmuster (Vervielfältigungsstücke) beim potenziellen Kunden (eigener Gebrauch der Werbeagentur, Präsentation vor einem kleinen, nicht öffentlichen Personenkreis). Im Falle der Beauftragung würde eine Bildagentur für geeignete Fotos herangezogen werden.

- **Freie Werknutzung durch Schulen (§ 42 (6) UrhG)**

Es besteht ein gesellschafts- und bildungspolitisches Interesse der Vervielfältigung für die Lehre (Sonderform der Vervielfältigung zum eigenen Gebrauch), welches einen nicht kommerziellen Zweck verfolgt.

Beispiel: Im Biologieunterricht sieht sich die Klasse zuvor aufgezeichnete Teile der „Universum“-Dokumentation auf einem TV-Gerät an.

- **Berichterstattung über Tagesereignisse (§ 42c UrhG)**

Diese Form der Werknutzung ermöglicht einen Bericht über aktuelle Tagesgeschehnisse zu Informationszwecken.

Beispiel: Im Rahmen der TV-Berichterstattung über ein Society-Event ist im Hintergrund Live-Musik der dort auftretenden Band für den TV-Zuseher hörbar.

- **Freie Werknutzung zugunsten behinderter Personen (§ 42d UrhG)**

Es besteht eine Erleichterung des Zugangs zu urheberrechtlich geschützten Werken für behinderte Personen und zugleich ein Vergütungsanspruch der Urheber, die eine solche Nutzung zu „dulden“ haben.

Beispiel: Umsetzung der Barrierefreiheit bei Texten in Blindenschrift.

- **Freie Werknutzung an Werken der Literatur (§§ 43 bis 50 UrhG)**

- Vervielfältigung von Aufsätzen in Zeitungen oder Zeitschriften (öffentliche, kritische Auseinandersetzung mit Meinungen)
- „Schulbuch-Paragraf“ (§ 45 UrhG): Verwendung von Werken für den Schul- und Unterrichtsgebrauch (nicht kommerziell); Vergütungsanspruch der Urheber
- Zitatrecht: Belegfunktion – exakte Quellenangabe

- **Freie Werknutzung an Werken der bildenden Kunst (§§ 54 und 55 UrhG)**

Hier geht es um den Grundsatz der Freiheit des Straßenbildes.