

SCHÖPFERISCHE RECHTE BLEIBEN BEIM SCHÖPFER

Von Bruno Glaus*

Wer im Arbeitsverhältnis kreative Arbeit leistet und schöpferische Werke schafft, verliert nicht automatisch alle Rechte an die Agentur. Massgebend sind Gesetz und Arbeitsvertrag (2. Teil der "persönlich"-Serie zum Eigentum am Arbeitsergebnis).

Redaktionelle Beiträge von angestellten Journalistinnen, Fotografen und Textern sind in der Regel urheberrechtlich geschützt. Für Agenturen gilt folgende Faustregel: Für die "gewöhnliche" Nutzung, das heisst jene, die im vertraglich vereinbarten Aufgabenbereich enthalten ist, muss keine zusätzliche Entschädigung bezahlt werden, für "weitergehende" Nutzungen braucht es das weitere Einverständnis des Urhebers und überdies muss – gegenlautende Verabredung vorbehalten – eine zusätzliche Entschädigung bezahlt werden.

Weitergehende Nutzung

Das klassische Beispiel dafür: Die Fotografie soll auch noch für eine Buchpublikation verwendet werden, welche nicht direkt mit der Agenturtätigkeit zusammenhängt. Die zusätzliche Entschädigung muss "angemessen" sein. Sie ist abhängig vom Nutzen, welche die Agentur aus der weitergehenden Verwendung des Bildes oder Textes zieht und vom Grundlohn, welcher der festangestellte Mitarbeiter vereinbart hat. Komplizierter ist die Regelung bei den freigestellten Mitarbeitern. Es ist empfehlenswert, in der Vereinbarung genau festzuhalten, welche Nutzungen mit der erstmaligen Honorierung als abgegolten gelten. Im Zweifelsfall ist es eine Abgeltung zum einmaligen (vereinbarten) Zweck.

Recht auf Namensnennung

Vorbehalten bleiben immer die Persönlichkeitsrechte der kreativen festangestellten Mitarbeiter (das Recht auf Namensnennung, Schutz vor Entstellungen des Werkes, Verbot des Einsatzes eines Werkes in einem veränderten Kontext etc.). Zu beachten ist, dass viele Fotografen und Texter ihre Rechte an die ProLitteris als Verwertungsgesellschaft abgetreten haben (dazu August-Ausgabe von "persönlich").

Im Gesetz (Obligationenrecht) ist das Eigentum urheberrechtlich geschützter Arbeiten nicht geregelt. Nur für Erfindungen und Muster und Modelle gibt es ausdrückliche Bestimmungen.

Eigentumsrechte sichern

Agenturen, welche sich das Eigentum an geistigen Schöpfungen ihrer Mitarbeiter umfassend sichern wollen, müssen dies vertraglich vereinbaren. Nach Gesetz verblei-

ben die Eigentumsrechte weitgehend beim Arbeitnehmer. Einzige Ausnahme: Erfindungen, welche während der beruflichen Tätigkeit und in Erfüllung vertraglicher Pflichten gemacht werden! Bei allen andern geistigen Schöpfungen erwirbt die Agentur von Gesetzes wegen nur das (beschränkte) Nutzungsrecht an der schöpferischen Arbeit der Mitarbeiter. Das Eigentum bleibt beim Arbeitnehmer (man spricht vom Schöpferprinzip).

Textvorschlag für Agenturen

Wenn sich die Agenturen auch Eigentumsrechte an den schöpferischen Werken (Fotografien, Gestaltungskonzepte, Texte etc.) oder an Muster und Modellen oder an sogenannten Zufallserfindungen sicherstellen wollen, müssten sie in den Arbeitsverträgen folgende (oder ähnlichlautende) Klauseln aufnehmen: "Sämtliche Vermögensrechte an immaterialgüterrechtlichen Schöpfungen, welche der oder die Mitarbeiter/-in in Ausübung ihrer beruflichen Tätigkeit erbringt, gehen ins Eigentum der Agentur über. Wenn die Schöpfung nicht direkt auf die Erfüllung vertraglicher Verpflichtungen zurückzuführen ist, hat die Agentur das Recht, gegen Entschädigung die Verwertungsrechte am Arbeitsergebnis zu erwerben. Vorbehalten bleiben die persönlichkeitsrechtlichen Ansprüche der Mitarbeiterin (des Mitarbeiters), wie zum Beispiel die Erfinder- oder Urhebernennung."

Das Schöpferprinzip

Für den Fall, dass sich Arbeitgeber und Arbeitnehmer vertraglich nicht verabreden haben, sieht das Gesetz (Obligationenrecht) folgende Regelung vor: Erfindungen, die ein Arbeitnehmer in Erfüllung seiner arbeitsvertraglichen Pflichten macht, gehören dem Arbeitgeber, andere nicht. Muster und Modelle darf die Agentur zwar nutzen, sie erwirbt aber – ohne Zusatzvereinbarung – keine eigentumsähnlichen Rechte an den Mustern und Modellen. Und ähnliches gilt bei den urheberrechtlich geschützten künstlerischen Schöpfungen (Grafiken, Bilder, Fotografien, Texte, Kompositionen etc.), für welche im Obligationenrecht gar keine Regelung zu finden ist. Das Schöpferprinzip gilt zugunsten des Arbeitnehmers, dieser tritt seine schöpferischen Leistungen nur im Rahmen von ausdrücklichen oder stillschweigenden vertraglichen Vereinbarungen zur Verwertung an die Agentur ab (anders beim freischaffenden Fotografen, welcher das Arbeitsergebnis, zum Beispiel das Positiv (nicht aber das Negativ!), von Gesetzes wegen an den Auftraggeber abzuliefern hat (vergleiche dazu "persönlich" vom Oktober 1998, 1. Teil der Serie). Eine Sonderregelung findet sich für Computerprogramme, welche "bei Ausübung dienstlicher Tätigkeiten sowie in Erfüllung vertraglicher Pflichten geschaffen" wurden. Die "Verwendungsbefugnisse" über solche Programme gehören nach Art. 17 des Urheberrechtsgesetzes ausschliesslich dem Arbeitgeber.

Nutzungsbefugnis ist nicht Eigentum

Ursprünglich bestand die Absicht, angestellte Grafiker, Fotografen, Texter und Musiker gleich zu behandeln wie die Schöpfer von Mustern und Modellen. Das hätte bedeutet, dass dem Arbeitgeber weitgehende Nutzungsrechte an der geistigen Schöpfung zugestanden wären (so das Vervielfältigungs- und Verbreitungsrecht, nicht aber das Eigentumsrecht), immer vorausgesetzt, dass die kreative Leistung im Rahmen der Berufsausübung erbracht worden ist. Das Parlament hat sich dann aber schliesslich für das Schöpferprinzip auch im Arbeitsverhältnis entschieden.

Die Agentur erwirbt von Gesetzes wegen nur das Eigentum am einzelnen Werkexemplar (Fotografie, Textentwurf etc.). Weitergehende Rechte tritt der angestellte Kreative jeweils nur soweit an die Agentur ab, als es zur Erfüllung des Vertragszwecks notwendig ist (Zweckübertragungstheorie).

Kontroversen im Einzelfall

Nach Art. 321 b Abs. 2 OR hat der Arbeitnehmer dem Arbeitgeber alles herauszugeben, was er in Ausübung seiner vertraglichen Tätigkeit hervorgebracht hat. Wie bei den Mustern und Modellen (Art. 322 a OR) bezieht sich diese Überlassungspflicht auf all das, was der Zweck des Arbeitsverhältnisses erfordert. Was das im konkreten Einzelfall heisst, ist immer wieder Gegenstand von Kontroversen (so beispielsweise zwischen Zeitungsverlegern und Journalisten, wenn es um die Frage weiterer Verwertungen von Texten und Bildern in Neuen Medien geht). Die ursprünglich vereinbarte Arbeitsaufgabe könne sich "stillschweigend" fortentwickeln, und nachträglich könnten neue kreative Leistungen Inhalt der geschuldeten Arbeitsleistung werden, schreibt Professor Manfred Reh binder in seinem Lehrbuch zum Urheberrecht. Und: "Ist kreative Arbeit an Werken im Sinne des Urheberrechts geschuldet, macht es keinen Unterschied, ob ein bestimmtes Werk während der Dienstzeit und/oder am Arbeitsort oder ob es während der Freizeit und/oder ausserhalb der Arbeitsstätte geschaffen wurde; denn geistig-schöpferische Tätigkeit (...) erfährt im Zweifel keine zeitliche oder räumliche Eingrenzung" (Seite 144).

Anbietungspflicht bei "freien" Werken

Das gilt allerdings nur für jene Arbeiten, die als Teil der Arbeitsorganisation und unter den Direktiven der Agentur erbracht wurden. Das gilt nicht für Schöpfungen, die nicht mit der Arbeitsorganisation zu tun haben. Wenn der Texter in seiner Freizeit einen Schlager komponiert, hat die Agentur darauf keine arbeitsvertraglichen oder urheberrechtlichen Ansprüche. Es handelt sich um sogenannte "freie Werke". Hier kann allenfalls eine Anbietungspflicht bestehen, wenn der Arbeitnehmer weiss, dass die Unternehmung auch in diesem Sektor tätig ist. Das folgt aus dem arbeitsrechtlichen Konkurrenzverbot.

Wem gehört das Positiv?

Die Foto-Positive (und allenfalls nach Vertrag auch die Negative) eines angestellten Fotografen gehören somit der Agentur, auch die Entwürfe, Skizzen und Grafiken eines Mitarbeiters. Die Agentur muss aber dem Mitarbeiter den Zugang zum Original zu Vervielfältigungszwecken gewähren, falls dies erforderlich ist, um dem Arbeitnehmer die Ausübung seines Urheberrechts zu ermöglichen, es sei denn, dieser habe sich vertraglich verpflichtet, alle Verwertungsrechte an die Agentur abzutreten (siehe dazu den Textvorschlag oben). Der Arbeitgeber ist aber in jedem Fall verpflichtet, das Originalwerkexemplar herauszugeben für Ausstellungen des Angestellten im Inland. Zu empfehlen sind Klauseln im Arbeitsvertrag, wonach der Arbeitgeber urheberrechtlich geschützte Leistungen, auch urheberrechtlich geschützte Modelle und Muster sowie Erfindungen, gegen eine lohnmässig genau bezifferte Summe erwerben oder jedenfalls uneingeschränkt nutzen darf. ■

* Bruno Glaus ist Rechtsanwalt in Uznach und Medienrechtsspezialist u.a. am SPRI, an der SAL und am MAZ.