



Anuschka Roudi hat sich als Anwältin auf das Recht rund um Marken, Werbung und Kunst spezialisiert. Im Interview mit Cornelia Härtl beantwortet sie in diesem und im nächsten Monat Fragen, die besonders für Autor*innen von rechtlicher Bedeutung sind.

Auch wenn Verlage einen großen Teil der rechtlichen Fragen bereits abklären, haben nicht nur Selfpublisher*innen immer wieder mit der Frage zu tun, was sich urheberrechtlich überhaupt schützen lässt und wie man sich gegen Verletzungen wehrt.

Urheberrechtlich geschützt sind alle Romane, Erzählungen, Gedichte, Drehbücher und andere Texte. Sie sind „Werke der Literatur“ im Sinne des Urheberrechts und geistiges Eigentum ihrer Autor*innen. Das gilt im Übrigen unabhängig davon, ob ein Text kurz oder lang ist, intellektuell anspruchsvoll oder eher leichte Kost. Geschützt ist jeder Text, auch in Auszügen.

Das Schöne am Urheberrechtsschutz ist, dass er automatisch mit „Werkschöpfung“ eintritt, also in aller Regel, sobald das Werk zu Papier gebracht ist. Das ist bei anderen Rechten des geistigen Eigentums anders - zum Beispiel bei Marken oder Designs. Dafür muss Schutz extra angemeldet und registriert werden. Für Autor*innen hingegen gilt: Ihr Werk ist geschützt, sobald es geschaffen ist.

Das deutsche Urheberrecht ist sehr urheberfreundlich. Es bietet Autor*innen und ihrem geistigen Eigentum einen recht guten Schutz vor Rechtsverletzungen. In einem solchen Fall können Autor*innen sich selbstverständlich zur Wehr setzen und eine Reihe von Ansprüchen gegenüber dem Rechtsverletzer geltend machen. Wenn sie Kopien ihrer Texte entdecken, zum Beispiel im Internet, so können sie sofortige Unterlassung der Rechtsverletzung verlangen. Zusätzlich können sie oft auch Schadensersatzansprüche geltend machen. Hierfür empfiehlt sich die Einschaltung von Rechtsanwält*innen, um vorab zu klären, welche Ansprüche bestehen und wie sie am Besten durchgesetzt werden. Die Kosten dafür können Autor*innen sich übrigens in der Regel vom Rechtsverletzer erstatten lassen.

Copyright, Urheberrecht, Markenrecht, Plagiat – Bitte erläutere diese Begriffe und die Unterschiede für uns

„Copyright“ und „Urheberrecht“ unterscheiden sich im deutschen Recht nicht. Copyright ist die anglo-amerikanische Bezeichnung für Urheberrecht. Es wird in der Regel durch das bekannte © ausgedrückt, das sich auch im europäischen Raum eingebürgert hat. Die Kennzeichnung eines Werkes mit einem „©“ ist jedoch in Deutschland nicht unbedingt erforderlich, um vollständigen Urheberrechtsschutz zu erlangen oder Rechte geltend zu machen.

Markenrecht und Urheberrecht haben verschiedene Inhalte und Schutzgegenstände. Das Urheberrecht schützt Werke der Literatur, Wissenschaft und Kunst in ihrer Form und teilweise auch in ihrem Inhalt.



Marken hingegen sind Kennzeichen, mit denen Waren oder Dienstleistungen identifiziert werden. Das Markenrecht schützt also diese Kennzeichen – zum Beispiel Namen, Logos oder Slogans - mit denen Produkte gekennzeichnet werden, und nicht die Produkte selbst.

„Plagiat“ ist die Bezeichnung für eine – in der Regel unzulässige – Kopie, sowohl von urheberrechtlich als auch markenrechtlich geschützten Produkten. Ein urheberrechtliches Plagiat ist zum Beispiel die Kopie eines Buches oder einzelner Stellen daraus. Ein markenrechtliches Plagiat wiederum ist ein Produkt mit einer für jemand anderen geschützten Marke, zum Beispiel eine gefälschte Handtasche.

Anuschka Roudi – Marken. Kunst. Recht.

Wie sieht es mit dem Autorennamen aus? Darf jemand, beispielsweise, Bücher als „Elke Heidenreich“ herausbringen, wenn die Person wirklich so heißt?

Grundsätzlich darf jeder natürlich unter dem eigenen bürgerlichen Namen veröffentlichen, selbst wenn es bekannte Autor*innen mit dem gleichen Namen gibt. Anders ist das bei der Verwendung von Pseudonymen. Hier sollte man eher nicht auf bekannte Namen zurückgreifen, weil das natürlich immer den etwas unschönen Eindruck erweckt, dass man von der Popularität der berühmten Person profitieren möchte. Das ist rechtlich nicht zulässig und kann auch untersagt werden.

Was ist bei Buchtiteln zu beachten?

Buchtitel sind als sogenannte „Werktitel“ geschützt. Es ist daher sehr wichtig, vorab zu recherchieren, ob ein geplanter Titel noch frei ist, denn ansonsten drohen Unterlassungs- oder Schadensersatzansprüche der Rechteinhaber*innen.

Eine solche Recherche kann online zum Beispiel im *Verzeichnis lieferbarer Bücher* (www.vlb.de), auf der Webseite *buchhandel.de* oder im Katalog der *Deutschen Nationalbibliothek* (www.dnb.de) durchgeführt werden. Ergänzend sollte man auch bei Anbietern von Selfpublishing-Angeboten wie *Amazon* oder auf den einschlägigen Plattformen recherchieren. Zusätzlich kann man dann noch die Titelschutzanzeigen im *Börsenblatt des deutschen Buchhandels* oder in *Der Titelschutzanzeiger* durchsuchen. Hier finden sich solche Titel, die demnächst erscheinen und bereits vorab geschützt wurden.

Bei der Recherche zu berücksichtigen sind immer identische Titel und solche, die so ähnlich sind, dass eine *Verwechslungsgefahr* entstehen könnte. Wann genau eine Verwechslungsgefahr vorliegt, ist immer eine Frage des Einzelfalls und lässt sich nur schwer allgemein beschreiben. Als Faustregel gilt, je besonderer und bekannter der bereits erschienene Titel, desto mehr Abstand sollte man von ihm halten.

Zu Autorenfotos gehört ein Hinweis auf das Copyright, oder?

Das Recht auf Namensnennung steht grundsätzlich allen Urheber*innen zu, also auch Fotograf*innen (§ 13 UrhG). Und natürlich haben Fotograf*innen in der Regel auch ein Interesse daran, dass ihr Name im Zusammenhang mit ihrem Werk genannt wird. Dieses Recht kann aber vertraglich abbedungen werden. Es kann also mit Fotograf*innen vereinbart werden, dass ihr Name nicht genannt werden muss. Das ist auch nicht unüblich, muss allerdings ausdrücklich geschehen und sollte nach Möglichkeit schriftlich vereinbart werden, um später einen Beweis zu haben.

Um das etwas verständlicher zu machen: Das Recht auf Namensnennung von Fotograf*innen ist das Gleiche wie das von Autor*innen. Auch ein Verlag bezahlt Autor*innen dafür, dass er ihre Werke vermarkten darf. Es käme aber vermutlich kaum einer Autor*in in den Sinn, darauf zu verzichten, dass ihr Name auf dem Buch genannt wird. Das Recht auf Namensnennung ist eines der sog. Urheberpersönlichkeitsrechte, ein besonderer Ausdruck des Schutzes von Urheber*innen, der eben nicht nur wirtschaftlichen Interessen dient, sondern auch dem besonderen Bezug von Urheber*innen zu ihren Werken.

Fotos und Covermotive werfen ebenfalls immer wieder Fragen auf. Was darf verwendet werden, wovon sollte man besser die Finger lassen?

Grundsätzlich sind alle Fotos oder Covermotive urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht ohne Zustimmung ihrer Urheber*innen verwendet werden. Wenn möglich, sollten Covermotive daher immer eigens gestaltet und die erforderlichen Rechte dafür direkt von Urheber*innen eingeholt werden.

Für Selfpublisher*innen scheinen Fotos oder Grafiken aus Bilddatenbanken häufig eine einfache Alternative zu sein, doch hier ist Vorsicht geboten. Es müssen in jedem Fall die Lizenzbedingungen der jeweiligen Datenbank genau gelesen werden. Häufig sind die Rechte, die man dort erwerben kann, beschränkt. Zum Beispiel auf eine rein private Nutzung oder auf entweder nur Print- oder nur Online-Nutzung. Auch Bearbeitungsrechte sind häufig nicht enthalten. Darauf muss man sehr sorgfältig achten. Auch ist es nach meiner Einschätzung sehr fraglich, ob der in Bilddatenbanken häufig verwendete Begriff der „kommerziellen Nutzung“ tatsächlich die Benutzung als Cover eines (hoffentlich) hunderttausendfach verkauften Buches abdeckt. Dieser Begriff ist sehr unspezifisch und kann von der Bebilderung eines Social-Media-Posts oder eines Blogartikels bis hin zum Verkauf von Bestsellern alles Mögliche bedeuten. Im Urheberrecht gilt der Grundsatz, dass im Zweifel alle Rechte, die nicht ausdrücklich eingeräumt werden, beim Urheber verbleiben. Vor diesem Hintergrund bedeutet die Verwendung von Stockfotos doch eine erhebliche Rechtsunsicherheit, wenn die Nutzung für Bücher/Buchcover nicht ausdrücklich gestattet ist. Auf jeden Fall sollte im Buch selbst ein Hinweis auf die Herkunft der Covermotive sowie gegebenenfalls auf den/die Designer*in stehen.

Vorsicht ist im Übrigen auch geboten, wenn auf den Fotos aus Bilddatenbanken Personen abgebildet sind. Diese abgebildeten Personen haben ein „Recht am eigenen Bild“, das neben dem Urheberrecht von Fotograf*innen besteht. Es bedarf daher auch ihrer Zustimmung, wenn das Bild für ein Buchcover verwendet werden soll. Ob Bilddatenbanken ausreichend prüfen, ob dieses Recht auch eingeräumt wurde, ist oft nicht sichergestellt.

Ergänzend sei noch darauf hingewiesen, dass über Bilddatenbanken in der Regel nur „einfache Nutzungsrechte“ erworben werden, das heißt, auch andere Personen und Autor*innen können Lizenzen für das gleiche Bild erwerben und es für ihr Buchcover verwenden. Daran sollten Autor*innen jedenfalls denken, wenn sie sich für Bilder aus Datenbanken entscheiden.

Nächsten Monat: Inspiration oder Ideenklau?

Im zweiten Teil des Interviews mit Cornelia Härtl verrät uns Anuschka Roudi unter anderem, was Inspiration von Ideenklau unterscheidet, welchen Schutz Persönlichkeitsrechte Dritter genießen und welche Überlegungen Autor*innen in Bezug auf Slogans und Markenrechte anstellen können.

Zur Person:

Anuschka Roudi ist Rechtsanwältin, Wirtschaftsmediatorin und Ethnologin.

Sie stammt aus einem deutsch-iranischen Elternhaus und wuchs in Norddeutschland auf.

Nach ihrem Jurastudium war sie als Anwältin bei einem großen Markenartikelhersteller tätig. Im Jahr 2009 entschloss sie sich, noch einmal den Hörsaal zu besuchen und studierte Ethnologie. Dabei entdeckte sie ein Herzensanliegen: Die Rückgabe von Kunstschätzen aus damaligen Kolonien an die Herkunftsländer.

Anuschka Roudi lebt, nach Auslandsaufenthalten in Südafrika und Kenia, in Hamburg, wo sie eine eigene Kanzlei betreibt.

www.marken-kunst-recht.de

© **Mörderische Schwestern e.V. 2021**
Joachim-Friedrich-Str.
3410711 Berlin

info@moerderische-schwestern.eu
www.moerderische-schwestern.eu