

Mitschrift digitale MiPa vom 14. Mai 2024

Rechtsberatung zur Mehrfachverwertung

Zu Gast ist Dr. Sebastian Rengshausen von der Medienkanzlei „Unverzagt“, unser neuer Verbandsjurist. Er wird ab sofort zwei Mal im Jahr kostenlos eine digitale Mittagspause für Mitglieder anbieten, jeweils mit einem anderen Schwerpunkt. Außerdem ist Freischaiber Steve Przybilla unser Gast, Mehrfachverwertungs-Experte.

Das heutige Thema ist die **Mehrfachverwertung**:

Wenn du ein Thema wiederverwerten willst, solltest du darauf achten, welche Rechte du dem Medium eingeräumt hast. Oft legen Medienhäuser Standard-AGBs und Vereinbarungen vor, in denen man als Urheber*in umfangreiche Rechte einräumt. Damit kann das Medienhaus beispielsweise einen Printtext auch online veröffentlichen, den Text vertonen oder als Videodatei verwerten, ihn übersetzen oder sogar an Dritte weitergeben.

Wann darf ich mehrfachverwerten?

Das kommt ganz auf den Vertrag an.

Beispiel: Bei der ZEIT Print gibt man seine exklusiven Rechte ab und darf das Thema idR nicht zweitverwerten, bei Zeit Online ab einem Zeitraum von zwei Monaten nach VÖ. Bei der Südwestdeutschen Mediengruppe hat man das Recht, den Text in einer veränderten Fassung weiter zu verwerten – mit entsprechenden Fristen nach der Erstveröffentlichung. Hier bitte den konkreten Vertrag prüfen.

An dem Einzelnutzungsrecht wird man wenig verhandeln können, sobald man sie dem Medium eingeräumt hat. Aber die **Zeiträume (wann man in die Zweitverwertung gehen darf) sind verhandelbar!** Genauso das Recht, die eigenen Beiträge für **Eigenwerbung** zu nutzen bzw. als Referenzwerbung. Lasst euch nicht beirren; viele Medien wollen unsere Werke „weiterverscherbeln“ – warum sollten wir es nicht selbst auch tun. **Sobald nichts anderes vereinbart wurde, könnt ihr (juristisch gesehen) direkt parallel mehrfach verwerten.**

Es empfiehlt sich aber, die **Medien über die Zweitverwertung immer zu informieren**, auch wenn man es nicht muss. Der richtige Moment dafür ist laut Steve die Honorarverhandlung. Dann kann man sagen: „Bei dem niedrigen Honorar möchte ich wenigstens direkt weiterverwerten, nachdem es erschienen ist.“

Wenn das Medium sich die Mehrfachnutzung vorbehält, sollte es den Beitrag bei jeder Mehrfachverwertung vergüten. Gibt man alle Rechte ab, beispielsweise mit dem Ersthonorar, wird es schwierig, später zu verhandeln.

Darf ich meinen Artikel als PDF auf meine Website stellen?

Verlinken ist immer möglich, da das keine urheberrechtlich relevante Nutzung ist. Für ein PDF kann man verhandeln oder absprechen, ob man zumindest den Anfang des Textes auf der eigenen Website abbilden kann und für den Rest z.B. weiter verlinkt. Das alles geht aber nur, sobald man die **Rechte aller Beteiligten** hat. Falls also ein Foto abgebildet ist, muss man den Fotografen / die Fotografin fragen, ggf. ist auf der Zeitungsseite eine Anzeige oder ein anderer Artikel enthalten. Die Eigennutzung sollte VOR Vertragsschluss verhandelt werden – dabei die Nutzungsrechte für Social Media nicht vergessen!

Wie ist das, wenn man nichts unterschrieben oder besprochen hat – darf man dann mehrfachverwerten?

Der **Nutzer ist in der Beweispflicht**, das heißt, das Medium muss nachweisen, welche Nutzungsrechte gelten. Wenn bei Auftragsvergabe **nichts besprochen oder unterschrieben wurde, werden nur die Rechte übertragen, die für die Vertragserfüllung erforderlich sind** – dann gelten also nur die absolut notwendigen Nutzungsrechte, ohne Mehrfachverwertung, Online-VÖ oder Unterlizenzierung.

Das nennt sich „Auftrag auf Zuruf“ – man liefert, was vereinbart wurde. Wenn der Text gedruckt werden soll, hat man nur die einmaligen Printrechte eingeräumt – es sei denn, der Verlag hat seine AGB geschickt irgendwo untergebracht oder ich arbeite bereits seit Jahren für ihn.

Ist es erlaubt, einen Text sofort an ein anderes Medium zu verkaufen, wenn man den Text umgeschrieben hat?

Ja, aber: Der Text sollte so weit bearbeitet werden, dass der **ursprüngliche Beitrag nicht mehr erkennbar** ist – also ein **neues Werk** entsteht. Nur vorne und hinten kürzen reicht zum Beispiel nicht. Leider gibt es hier keine Guidelines, die Gerichte entscheiden im Einzelfall. Wir empfehlen, auf Nummer sicher zu gehen und die Zitate auszutauschen und signifikante Änderungen vorzunehmen.

Bsp.: Erstveröffentlichung ist eine Reportage über einen Campingplatz. Zweiter Text ist ein Porträt der Chefin des Platzes – da kommen ähnliche Sachen vor, das Ganze gilt aber als neues Werk.

Was sollte ich unterlassen beim Mehrfachverwerten?

Nicht erst nach dem Vertragsabschluss versuchen, die Nutzungsrechte zu verhandeln. Sind die Rechte einmal weg, ist man in einer schwierigen Position.

Wenn man das Thema zweitverwertet, **nicht zur direkten Konkurrenz gehen**, selbst wenn es der Vertrag erlaubt. Also zum Beispiel keinen Text für die SZ später der FAZ anbieten, vor allem nicht, ohne es zu sagen. Am besten **eine vertikale Verwertung** verfolgen: bei einem großen Medium anfangen mit der Erstveröffentlichung und dann bei kleineren Medien oder lokalen Zeitungen weiterverwerten, rät Steve.

Was ist mit Personen, die im Text vorkommen? Ist man verpflichtet, ihnen die Mehrfachverwertung mitzuteilen?

In der Regel braucht es eine **informierte Einwilligung der Interviewperson**, damit ich ihr gesprochenes Wort verwerten darf. Theoretisch gehört dazu, mitzuteilen, wo der Beitrag erscheint oder was damit „passieren“ kann – also auch eine Mehrfachverwertung. Wer auf Nummer sicher gehen will, fragt kurz nochmal nach, ob die Zweitverwertung ok ist.

Braucht man zur Sicherheit eine Unterschrift von Interview-Partner:innen?

Wir sind juristisch in der Beweispflicht – deshalb wird es empfohlen, ist aber keine Pflicht. In der Regel reicht eine Mail.

Dürfen Medienhäuser meinen Beitrag wiederverwerten?

Ja, wenn man ihnen dafür die Rechte gegeben hat. Nach dem **neuen Urheberrechtsgesetz** sind jedoch alle Nutzer:innen, die mit uns entgeltliche Verträge gemacht haben, dazu **verpflichtet, einmal im Jahr über alle Weiterverwertungen Auskunft zu erteilen** und ggfs. entsprechend zu vergüten. Dazu gehört es z. B. auch, wenn ein Text in einem Buch gedruckt wird.

Oft kriegt man nicht mit, ob ein Text verwendet wurde. Leider informieren kaum Verlage darüber. Zukünftig könnte uns Freien evtl. eine KI beim „Texte suchen“ helfen.

Die Verlage sind verpflichtet, einmal im Jahr Auskunft zu erteilen (vgl. § 32d UrhG https://www.gesetze-im-internet.de/urhg/_32d.html). Die Auskunftspflicht gilt seit dem 7.6.2023.

Hierzu folgender Formulierungsvorschlag von Herrn Rengshausen:

Sehr geehrte Damen und Herren,

seit dem 07.06.2023 gibt es die gesetzliche Pflicht, gemäß § 32d UrhG Auskunft über den Umfang der Nutzung meiner Werke und der hieraus gezogenen Erträge und Vorteile zu erteilen. Ich bitte um entsprechende Mitteilung, gern bis zum ...

Was gilt überhaupt als Vertrag?

Ein „Vertrag“ hat geringe formale Anforderungen: Dazu zählt **jede Vereinbarung, bei der zwei Parteien ein Rechtsverhältnis eingehen**, zum Beispiel via Mail-Korrespondenz („Schreibst du uns einen Artikel zum Thema X“ – „Ja gern“). Dabei müssen sowohl die Vertragsparteien als auch der Inhalt erkennbar sein. Auch das gesprochene Wort kann ein Vertrag sein.

Die AGBs müssen vor Vertragsschluss zur Kenntnis genommen werden. Nachträglich versendete AGBs gelten rechtlich nicht (es reicht also nicht, wenn sie erst bei Lieferung des Beitrags geschickt werden!).

Welches Honorar kann man bei einer Mehrfachverwertung verlangen?

Es gilt die vertraglich vereinbarte Vergütung für Mehrfachnutzungen. Wenn nichts vereinbart ist, gilt die „angemessene Vergütung“ als vereinbart. Diese richtet sich nach den branchenüblichen Sätzen.

Aber auch diese Prozentsätze sind **individuell verhandelbar**.

Bei der Zweitverwertung bei einer lokalen Tageszeitung kann man mit den „normalen“ niedrigen **Zeilensätzen** rechnen. Bei Zeitschriften geben die Verlage oft weniger als für das Original, evtl. ein Drittel weniger. **Aber auch hier nicht für dumm verkaufen lassen!**

Wenn das Medium selbst unseren Beitrag verwertet, richtet sich der Preis nach dem Originalhonorar. In der Regel gibt es mindestens die Hälfte. Das hängt ab von der Länge des Textes, der Auflage sowie dem Verbreitungsgebiet.

Ab wann gilt die Exklusivitätsfrist?

Soweit nicht anders vereinbart, gilt die Exklusivitätsfrist **ab der Erstveröffentlichung**. Also leider erst dann, wenn der Artikel tatsächlich erschienen ist – auch, wenn er zehn Mal geschoben wurde. Soll der Zeitpunkt ab dem Abgabetermin gelten, muss man das bei Auftragsannahme verhandeln.

Mitschrift Elisa Kautzky, 15.5.24