

Welche Rechte spielen mit?

Corporate Communications im Allgemeinen und das Internet im Speziellen sind kein rechtsfreier Raum. Es gilt zum Beispiel Persönlichkeitsrechte, Datenschutz oder Urheberrecht zu berücksichtigen. Die Übersicht macht auf ein paar typische Rechtsbereiche aufmerksam. Auf andere Themen, zum Beispiel aus dem Werbe- und Wettbewerbsrecht, dem Straf- oder Börsenrecht, wird hier aber nicht eingegangen.

Persönlichkeitsrecht

Persönlichkeitsrechte entstehen aus Artikel 28 ZGB (Schweizerisches Zivilgesetzbuch): „Wer in seiner Persönlichkeit widerrechtlich verletzt wird, kann zu seinem Schutz gegen jeden, der an der Verletzung mitwirkt, das Gericht anrufen. Eine Verletzung ist widerrechtlich, wenn sie nicht durch Einwilligung des Verletzten, durch ein überwiegendes privates oder öffentliches Interesse oder durch Gesetz gerechtfertigt ist.“ Sticheleien alleine verletzen die Persönlichkeit noch nicht, es braucht eine gewisse Schwere/Tragweite der Verletzung.

Ableiten lassen sich daraus unter anderem ein Recht am eigenen Bild, ein Recht am eigenen Wort, ein Recht auf die eigene Privatsphäre oder das Recht auf Schutz der Ehre und des Rufs. Medien haben in ihrer Arbeit bezüglich Persönlichkeitsrechten mehr Handlungsfreiheit als Organisationen, die Unternehmens- und Marketing-Kommunikation betreiben wollen. Alle Mitarbeitenden auf der Website abbilden, eine geschlossene Veranstaltung dokumentieren und als Fotogalerie aufs Web stellen, Fotos von einer Betriebsführung in die Imagebroschüre oder den Geschäftsbericht integrieren? Lieber vorher fragen.

Persönlichkeitsrechte sind aber auch in umgekehrter Richtung wirksam, zum Beispiel in der Medienarbeit: Das Recht am eigenen Bild und am eigenen Wort führt dazu, dass mit einem Medium vereinbart werden kann, dass zitierte Interviewaussagen und das dazu erstellte Foto vor Publikation zur Freigabe vorgelegt werden müssen.

Urheberrecht

Das Urheberrecht schützt geistige Schöpfungen, die einen individuellen, kreativen Charakter aufweisen. Dies trifft zum Beispiel auf Logos, Gemälde, Musikstücke, aber auch auf kreative Texte und Fotos zu. Der Schutz entsteht automatisch im Moment, in dem das Werk entsteht, ohne dass Massnahmen ergriffen werden müssten. Für das Verwenden solcher Werke ist die Einwilligung der Schöpfer sowie sehr häufig auch eine Namensnennung und die Abgeltung in Form eines Kaufpreises oder einer Nutzungsgebühr notwendig. In der Zusammenarbeit mit Fotografen werden bei jeder weiteren Verwendung eines Bildes ausserhalb der ursprünglichen Vereinbarung wieder Gebühren fällen, wenn bei Auftragserteilung nicht eine vollständige Abtretung der Nutzungsrechte vereinbart worden ist. Das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum stellt auf www.ige.ch eine Broschüre „Urheberrecht und verwandte Schutzrechte“ zur Verfügung.

Verwertungsgesellschaften

Verwertungsorganisationen nehmen stellvertretend für die Urheber/Schöpfer geschützter Werke gewisse Verwendungsrechte wahr. Für eine Veranstaltung, an der Hintergrundmusik ab Konserve läuft, sind zum Beispiel Gebühren fällig; der Anlass muss der Suisa angemeldet werden. „Verwertungsgesellschaften sind von Urhebern und Inhabern verwandter Schutzrechte gegründete private Gesellschaften. Sie nehmen deren Rechte kollektiv wahr, und zwar dort, wo eine Verwertung durch die einzelnen Rechteinhaber nicht möglich oder nicht sinnvoll wäre (z.B. Fotokopieren oder schulische Nutzung von geschützten Werken). Zu diesem Zweck stellen sie Tarife auf, über die sie mit den massgebenden Nutzerverbänden verhandeln.“ (www.ige.ch/urheberrecht/die-kollektive-verwertung.html). Es handelt sich um folgende Organisationen: Pro Litteris (Literatur, Fotografie, bildende Kunst), Société Suisse des Auteurs (wort- und musikdramatische Werke), Suisa (musikalische, nicht-theatralische Werke, Suissimage (audiovisuelle Werke), Swissperform (verwandte Schutzrechte). „Auf der Website www.swisscopyright.ch informieren die 5 schweizerischen Verwertungsgesellschaften gemeinsam über ihre Aufgaben und Tätigkeiten.“ (www.ige.ch/urheberrecht/die-kollektive-verwertung.html)

Registerrechte

In anderen Fällen entsteht der Schutz erst dann, wenn jemand eine entsprechende Registrierung beantragt. Das kann für Formen/Design (Designschutz), für Marken (Markenschutz), Erfindungen (Patentschutz) oder auch für spezielle Farben der Fall sein. Elemente, die wie zum Beispiel die Olympischen Ringe solchen Registerrechten unterliegen, unterliegen auch strikten Bestimmungen, wer sie wie verwenden oder abbilden darf.

Die Broschüre „Gedacht. Gemacht. Geschützt.“ über „Geistiges Eigentum – Die Schutzrechte der Innovativen und Kreativen“ des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum (www.ige.ch) liegt auf dessen Website zum Download bereit. Sie zeigt eine Übersicht über die Schutzrechte im Immaterialgüterrecht inklusive Urheberrecht, das heisst über den gesamten Bereich des geistigen Eigentums.

Datenschutz

Beim Datenschutz geht es letztlich auch um Persönlichkeitsrechte. Bekannt geworden sind zum Beispiel die Schwierigkeiten von Google Street View bei der Einführung des Dienstes in der Schweiz. Unter dem Gesichtspunkt des Datenschutzes ging es dort vor allem um das Unkenntlichmachen von Autonummern. Solche persönlichen Daten, auch Adress- und Telefonlisten, Geburtsdaten, E-Mail-Adressen etc. dürfen nicht ohne Zustimmung der Betroffenen publiziert oder zum Beispiel für den Versand von E-Newsletters verwendet werden.

Bei dieser Zusammenstellung handelt sich um einen kleinen Einblick in Rechte, die in Zusammenhang mit den Kommunikationsaufgaben einer Organisation stehen. Die Unterlagen erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Autorin empfiehlt bei spezifischen Fragen den Kontakt mit spezialisierten Juristen.