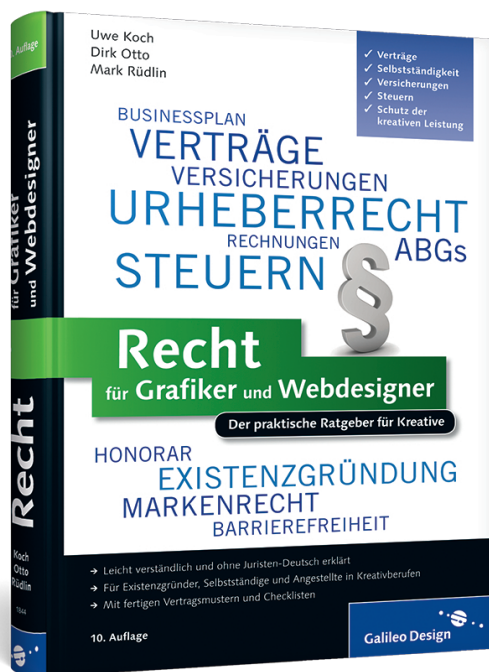


Uwe Koch, Dirk Otto, Mark Rüdlin

# Recht für Grafiker und Webdesigner

Der praktische Ratgeber für Kreative



# Auf einen Blick

<b>TEIL I: Schutz der kreativen Leistung</b> .....	17
<b>TEIL II: Recht des Internets</b> .....	123
<b>TEIL III: Vertragsrecht</b> .....	163
<b>TEIL IV: Sozialrecht</b> .....	211
<b>TEIL V: Recht des Selbstständigen</b> .....	235
<b>TEIL VI: Steuern</b> .....	269
<b>ANHANG I: Musterverträge und Checklisten</b> .....	303
<b>ANHANG II: Gesetzestexte</b> .....	343

# Inhalt

## TEIL I: Schutz der kreativen Leistung

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	19
<b>2</b>	<b>Urheberrecht</b>	21
2.1	Was ist Urheberrecht?	21
2.1.1	Am Anfang steht das Werk	21
2.1.2	Nutzungsrechte	22
2.1.3	Anerkennung der Urheberschaft	23
2.2	Wie entsteht ein Urheberrecht?	24
2.2.1	Entwürfe	24
2.2.2	Internationaler Schutz	25
2.2.3	Das ©-Zeichen	25
2.3	Wer ist Urheber?	26
2.3.1	Mitgesellschafter	27
2.3.2	Konsequenzen	28
2.3.3	Miturheber in Arbeitsverhältnissen	28
2.4	Das Urheberrecht in der Informationsgesellschaft	29
2.4.1	Der erste Korb	29
2.4.2	Der zweite Korb	30
2.4.3	Enforcement-Richtlinie	31
2.4.4	Schutzfristverlängerung für Tonaufnahmen	32
2.5	Weitere Schutzrechte	33
<b>3</b>	<b>Die einzelnen Werke</b>	35
3.1	Wann ist eine Illustration geschützt?	35
3.2	Wann ist ein Layout geschützt?	36
3.3	Wann ist ein Screendesign geschützt?	37
3.4	Wann ist eine technische Grafik geschützt?	41
3.4.1	Piktogramme	41
3.4.2	Icons	42
3.4.3	Niederschwelliger Schutz möglich	42
3.5	Wann ist ein Foto geschützt?	42
3.5.1	Geringfügige Übernahme	43
3.5.2	Thumbnail-Formate	43
3.6	Wann ist ein Film oder Multimediawerk geschützt?	44

3.7	Wann ist eine Animation oder ein Computerspiel geschützt? .....	45
3.7.1	Animation .....	45
3.7.2	Computerspiel .....	46
3.8	Wann ist ein Computerprogramm geschützt? .....	46
3.8.1	Ausdrucksformen eines Computerprogramms ...	46
3.8.2	Wie weit reicht der Schutz? .....	47
3.9	Wann ist der Quellcode geschützt? .....	47
3.10	Wann ist eine Datenbank geschützt? .....	49
3.10.1	Was ist eine Datenbank? .....	50
3.10.2	Was ist bei der Entnahme aus Datenbanken zu beachten? .....	51
3.11	Wann ist ein Text geschützt? .....	52
3.11.1	Werbeslogans .....	52
3.11.2	Kataloge .....	53
3.11.3	Die Kehrseite .....	53
3.12	Wann ist eine Tonfolge geschützt? .....	53
3.13	Was ist bei der Einbindung von Musik zu beachten? .....	54
3.13.1	Einbindung von Musikdateien .....	55
3.13.2	Einbindung von Musikstreams .....	56
<b>4</b>	<b>Fotorecht</b> .....	<b>59</b>
4.1	Was ist bei der Bildbeschaffung zu beachten? .....	59
4.1.1	Bildportale und Agenturen .....	59
4.1.2	Herstellerfotos .....	62
4.2	Was ist bei Personenaufnahmen zu beachten? .....	62
4.2.1	Bild versus Bildnis .....	63
4.2.2	Grenzen der Anonymität .....	64
4.2.3	Personen der Zeitgeschichte .....	65
4.3	Was bedeutet Panoramafreiheit? .....	67
4.3.1	Urheberrechtliche Panoramafreiheit .....	67
4.3.2	Exklusivrechte am Eigentum und Panoramafreiheit .....	68
4.3.3	Panoramafreiheit international .....	70
4.4	Was ist bei der Abbildung fremder Produkte zu beachten? .....	72
4.5	Fotowettbewerbe .....	73
4.5.1	Teilnahmebedingungen .....	73
4.5.2	Teilnehmer .....	75

<b>5</b>	<b>Verwendung fremder Inhalte</b>	77
5.1	Darf ich fremde Ideen verwerten?	77
5.2	Darf ich fremde Kreationen verwerten?	78
5.2.1	Umfang der Genehmigung	78
5.2.2	Umfang der Exklusivität	79
5.2.3	Open-Content-Lizenzen	80
5.3	Welche Daten sind nach Auftragsbeendigung herauszugeben?	81
5.3.1	Wem gehören die Daten im digitalen Workflow?	81
5.3.2	Verhandlungssache	82
5.4	Wo beschaffe ich mir Lizenzen?	82
5.5	Wie wehre ich mich gegen Urheberrechtsverletzungen?	84
5.5.1	Dreister Klau	85
5.5.2	Verbot der weiteren Verbreitung	86
5.5.3	Unterlassungsanspruch als Druckmittel	86
5.5.4	Honoraranspruch?	86
5.5.5	Strafrecht	87
5.6	Was tun im umgekehrten Fall: Die Abmahnung	87
<b>6</b>	<b>Geschmacksmuster</b>	91
6.1	Was ist ein Geschmacksmuster?	91
6.1.1	Anforderungen an das Muster	93
6.1.2	Schriftzeichen	93
6.2	Wie melde ich ein nationales Geschmacksmuster an?	94
6.2.1	Anmeldeverfahren	94
6.2.2	Schutzfrist	96
6.3	Was bringt das europäische Designrecht?	96
6.3.1	Nicht eingetragene Muster	97
6.3.2	Das eingetragene Muster	98
6.4	Wie melde ich ein europäisches Muster an?	99
<b>7</b>	<b>Markenschutz</b>	101
7.1	Wann gibt es Schutz für Produktbezeichnungen?	101
7.1.1	Kennzeichnungskraft	101
7.1.2	Verwechslungsgefahr	102
7.1.3	Sehr bekannte Marken sind tabu	103
7.1.4	Wechselwirkungen	103
7.1.5	Titelschutz	103

7.2	Wann ist eine Produktverpackung geschützt?	104
7.3	Wann ist das Corporate Design geschützt?	105
7.3.1	Firmenlogo	105
7.3.2	Firmenfarben	105
7.3.3	Produktdesign	106
7.3.4	Sound	107
7.3.5	Werbeslogan	107
7.3.6	Schrift	107
7.4	Welchen Schutz gibt es für Firmennamen?	108
7.4.1	Kleinunternehmen	109
7.4.2	Die Einzelheiten	109
7.5	Welchen Schutz gibt es für Domain-Namen?	110
7.5.1	Die Einzelheiten	111
7.5.2	Firmenname als Domain-Name	112
7.5.3	Domain-Namen sind Firmennamen	113
7.5.4	Marke	113
7.5.5	Domain-Parking	113
7.5.6	Domain-Grabbing	113
7.6	Wann ist eine Markenmeldung sinnvoll?	114
7.6.1	Lohnt sich der Aufwand?	114
7.6.2	Europa- oder gar Weltmarke	116
<b>8</b>	<b>Wettbewerbsrecht: Ein alternativer Designschutz?</b>	<b>119</b>

## **TEIL II: Recht des Internets**

<b>9</b>	<b>Was ist Internet-Recht?</b>	<b>125</b>
<b>10</b>	<b>Was muss auf jeder Website zu finden sein?</b>	<b>127</b>
10.1	Datenschutz	127
10.1.1	Was bedeutet Datenschutz?	127
10.1.2	Cookies	128
10.1.3	Anbieterkennzeichnung	128
10.1.4	Unterrichtungspflichten	131
10.1.5	Einwilligung	132
10.1.6	Digitale Signatur	133
10.2	Datenschutz in sozialen Netzwerken?	134
10.2.1	Rechtliche Rahmenbedingungen	134

10.2.2	Sinnvolle Rahmenbedingungen .....	136
10.2.3	Datenschutz und Social Media Plug-ins/ Fanpages .....	136
10.3	E-Commerce .....	138
10.3.1	Allgemeine Informationspflichten .....	138
10.3.2	Widerrufsbelehrung .....	139
10.4	Barrierefreiheit .....	142
10.4.1	Barrierefreies Webdesign in der öffentlichen Verwaltung .....	142
10.4.2	Barrierefreies Webdesign nach dem Allgemeinen Gleichstellungsgesetz .....	143
<b>11</b>	<b>Wer haftet wann im Internet?</b> .....	<b>145</b>
11.1	Haftung für Inhalte der eigenen Website .....	145
11.1.1	Eigene Inhalte .....	146
11.1.2	Links .....	147
11.1.3	Konkrete Gestaltung .....	149
11.1.4	Suchmaschinen .....	150
11.1.5	Google Adwords .....	150
11.1.6	Haftung für Social Media Plug-ins/Fanpages .....	151
11.2	Verantwortlichkeit für fremde Inhalte .....	151
11.2.1	Zugangspvovider .....	152
11.2.2	Hostprovider .....	152
11.2.3	Störerhaftung .....	152
11.2.4	Forenhaftung .....	153
11.2.5	Grenzfall .....	154
<b>12</b>	<b>Worauf muss ich bei Werbung im Internet achten?</b> .....	<b>157</b>
12.1	E-Mail .....	157
12.1.1	Wie macht man es richtig? .....	158
12.1.2	Das Problem .....	159
12.1.3	E-Postcard .....	159
12.1.4	E-Mail-Signatur .....	160
12.2	Trennungsgebot .....	160
12.2.1	Redaktionelle Inhalte von Werbung trennen .....	160
12.2.2	Werbeverbote .....	161
12.3	Eigene Referenzen .....	161

## TEIL III: Vertragsrecht

<b>13 Verträge</b>	165
13.1 Wann brauche ich einen Vertrag?	165
13.2 Wie kommt es zum Vertragschluss?	167
13.2.1 Kernpunkte für Abschluss und Wirksamkeit eines Vertrags	168
13.2.2 Das wird mit einem Vertrag besiegelt	169
13.3 Was gilt ohne schriftlichen Vertrag?	170
13.3.1 Vertragstypen	171
13.3.2 Wie beweise ich den Vertragschluss?	173
<b>14 Allgemeine Geschäftsbedingungen</b>	177
14.1 Lieferzeit/Deadline	178
14.2 Inhalt der Leistung/Gewährleistung	179
14.3 Datenformate	179
14.4 Honorar	181
14.5 Fälligkeit des Honorars	182
14.6 Haftungsmilderung	182
14.7 Nutzungsrechte	184
14.8 Kreationen Dritter	185
14.9 Abwehrklausel	185
14.10 Gerichtsstand	186
<b>15 Honorar</b>	189
15.1 Kostenvoranschlag	189
15.1.1 Wie verbindlich ist ein Kostenvoranschlag?	189
15.1.2 Was darf für Mehraufwand berechnet werden?	190
15.2 Honorar für nicht abgeschlossene Aufträge	191
15.3 Honorar für Angebote	194
15.3.1 Angebot oder Auftrag?	195
15.3.2 Bestellte Entwürfe	195
15.4 Was tun, wenn der Auftraggeber nicht zahlt?	196
15.4.1 Korrekte Rechnungen	196
15.4.2 Mahnungen	198

<b>16</b>	<b>Reklamationen</b>	201
16.1	Was darf der Kunde reklamieren?	201
16.2	Die Rechte des Kunden	202
16.3	Was passiert, wenn ich den Termin nicht halte?	204
<b>17</b>	<b>Weitere wichtige Vertragsbestandteile</b>	207
17.1	Laufzeit	207
17.2	Kompetenzen	208
17.3	Klarheit	208
17.4	Endbeträge	208
17.5	Vertragsstrafen	208
17.6	Wettbewerbsverbot	209

## **TEIL IV: Sozialrecht**

<b>18</b>	<b>Pflichtversicherungen: Was muss ich versichern?</b>	213
18.1	Pflichtversicherungen des Arbeitnehmers	213
18.2	Pflichtversicherungen des selbstständigen Künstlers oder Publizisten	215
18.2.1	Wie funktioniert die KSK?	215
18.2.2	Wer kommt in die KSK?	216
18.2.3	Befreiung von der Versicherungspflicht	217
18.2.4	Das Verfahren	218
18.2.5	Die Beiträge	219
18.2.6	Die Probleme	219
18.2.7	Die Künstlersozialabgabepflicht	220
18.3	Pflichtversicherungen der anderen Selbstständigen	221
18.4	Pflichtversicherungen beim Jobmix	222
<b>19</b>	<b>Freiwillige Versicherungen: Was darf ich, und was ist völlig überflüssig?</b>	225
19.1	Was muss ich zum Thema Krankenversicherung wissen?	226
19.1.1	Gesetzlich oder privat?	227
19.1.2	Wahl der Krankenkasse	227
19.1.3	Krankengeld	228
19.2	Welche Versicherungen sind darüber hinaus sinnvoll?	228
19.2.1	Freiwillige Arbeitslosenversicherung für Selbstständige	229

19.2.2	Berufshaftpflichtversicherung .....	230
19.2.3	Berufsunfähigkeitsversicherung .....	230
19.2.4	Freiwillige Renten- und Lebens- versicherungen .....	230
19.2.5	Rechtsschutzversicherung .....	231
19.2.6	Sachversicherungen .....	231
19.2.7	Unfallversicherung .....	232
<b>20</b>	<b>Muss ich einer Berufsgenossenschaft beitreten?</b> .....	<b>233</b>

## **TEIL V: Recht des Selbstständigen**

<b>21</b>	<b>Start in die Selbstständigkeit</b> .....	<b>237</b>
21.1	Businessplan .....	238
21.2	Finanzierungsplan .....	239
21.3	Existenzgründung .....	241
21.3.1	Gründungszuschuss .....	242
21.3.2	Einstiegs geld .....	243
21.3.3	Existenzgründungsprogramme .....	244
21.3.4	Eigene Netzwerke aufbauen .....	245
21.4	Vorsichtsmaßnahmen .....	245
<b>22</b>	<b>Unternehmensformen</b> .....	<b>249</b>
22.1	Welche Rechtsform passt für mein Unternehmen? .....	249
22.1.1	Ein-Mann-Unternehmen .....	249
22.1.2	Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) .....	250
22.1.3	GmbH .....	254
22.1.4	Haftungsbeschränkte Unternehmer- gesellschaft .....	258
22.1.5	GmbH & Co. KG .....	259
22.1.6	Offene Handelsgesellschaft (OHG) .....	260
22.1.7	Bürogemeinschaft .....	260
22.2	Was muss ich anmelden? .....	261
22.3	Wer muss ein Gewerbe anmelden? .....	262
22.3.1	Wer ist gewerbetreibend? .....	263
22.3.2	Anmeldung .....	263
22.4	Wer muss sich beim Handelsregister anmelden? .....	264
22.5	Wie darf ich mein Unternehmen nennen? .....	266

## **TEIL VI: Steuern**

<b>23</b>	<b>Was muss ich über Steuern wissen?</b>	271
23.1	Was prüft das Finanzamt?	271
23.2	Termine	273
23.3	Buchführung	273
23.4	Mit welchen Steuern haben Webdesigner und Grafiker in der Regel zu tun?	273
23.5	Eigene Buchhaltung	274
23.6	Steuerhinterziehung	274
<b>24</b>	<b>Was will das Finanzamt von mir wissen?</b>	277
24.1	Fragebogen zur steuerlichen Erfassung	277
24.2	Anträge, die Sie stellen sollten	279
<b>25</b>	<b>Wie führe ich die Gewinnermittlung durch?</b>	281
25.1	Betriebsausgaben	282
25.1.1	Neue Abschreibungsregeln	282
25.1.2	Arbeitszimmer	283
25.1.3	Telefon	285
25.1.4	Bewirtungskosten	285
25.1.5	Betriebsfest	286
25.1.6	Literatur	286
25.1.7	Rundfunkgebühren	286
25.1.8	Pkw	287
25.1.9	Reisekosten	288
25.2	Einnahmen	289
<b>26</b>	<b>Was sollte ich bei der Einkommensteuer bedenken?</b>	291
<b>27</b>	<b>Wie gehe ich mit der Gewerbesteuer um?</b>	293
<b>28</b>	<b>Wie gehe ich mit der Umsatzsteuer um?</b>	297
28.1	Rechnungen	298
28.2	Und sonst	300
<b>29</b>	<b>Wie gehe ich mit der Abschlagsteuer um?</b>	301

## ANHANG I: Musterverträge und Checklisten

<b>A</b>	<b>Musterverträge</b>	305
A.1	Mustervertrag 1: Webdesign	306
A.2	Mustervertrag 2: Designvertrag	309
A.3	Mustervertrag 3: Lizenz Illustrationen	312
A.4	Mustervertrag 4: Web-Hosting	313
A.5	Mustervertrag 5: Programmierauslagerung	316
A.6	Muster 6: Abmahnschreiben	319
A.7	Mustervertrag 7: Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung Urheberrecht	319
A.8	Mustervertrag 8: Bürogemeinschaft	321
A.9	Mustervertrag 9: Gesellschaftsvertrag GmbH	323
A.10	Mustervertrag 10: Gründung einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts	325
<b>B</b>	<b>Checklisten</b>	329
B.1	Checkliste 1: Markenmeldung Deutschland	329
B.2	Checkliste 2: Nötige Website-Angaben (Online-Redaktion)	330
B.3	Checkliste 3: Angaben auf Websites von Telemediendiensten	331
B.4	Checkliste 4: Angaben auf E-Commerce-Websites	332
B.5	Checkliste 5: Muster für die Widerrufsbelehrung/ Sache (Verbraucher)	333
B.6	Checkliste 6: Muster für die Rückgabebelehrung/ Sache (Verbraucher)	336
B.7	Checkliste 7: Datenschutz/Einwilligungserklärung	337
B.8	Checkliste 8: Barrierefreiheit	337
B.9	Checkliste 9: E-Mail-Marketing	338
B.10	Checkliste 10: Newsletter	339
B.11	Checkliste 11: Haftung/Gewährleistung	339
B.12	Checkliste 12: Selbstständig oder Arbeitnehmer?	341
B.13	Checkliste 13: Freiberuflich oder gewerblich?	342

## **ANHANG II: Gesetzestexte**

<b>C</b>	<b>Gesetzestexte: Allgemein</b> .....	345
	C.1 Allgemeine Geschäftsbedingungen/AGB .....	345
	C.2 Arbeitsrecht .....	352
	C.3 Der Werkvertrag .....	354
	C.4 Deliktsrecht .....	355
	C.5 Grundgesetz (Auszüge) .....	355
<b>D</b>	<b>Gesetzestexte: Internetrecht</b> .....	359
	D.1 Barrierefreiheit .....	359
	D.2 Datenschutz .....	361
	D.3 Informationspflichten .....	370
	D.4 Verantwortlichkeiten .....	382
<b>E</b>	<b>Gesetzestexte: Kreativrecht</b> .....	385
	E.1 Schutz der kreativen Leistung .....	385
	E.2 Marken- und Namensrecht .....	423
	<b>Die Autoren</b> .....	429
	<b>Index</b> .....	431

## 2 Urheberrecht

Das Urheberrecht schafft die Grundlage der wirtschaftlichen Verwertung kreativen Schaffens. Die Arbeit des Designers ist mehr als nur die Abarbeitung eines Auftrages, der bezahlt wird. Häufiger als in anderen Bereichen des Wirtschaftslebens dient sein Schaffen auch anderen als Vorlage oder wird kopiert. Diese Partizipation am Können anderer ist auf der einen Seite für jeden Fortschritt notwendig, aber es muss zugunsten des Kreativen klare Grenzen geben. Das Urheberrecht legt hier die Bedingungen fest.

### 2.1 Was ist Urheberrecht?

Spricht man über das Urheberrecht, fällt immer auch der Begriff des geistigen Eigentums. Das Urheberrecht schützt das geistige Eigentum. Was bedeutet das konkret? Unter Eigentum kann sich jeder etwas vorstellen. Als Eigentümer kann man mit seinen Sachen verfahren, wie man will. Das Eigentum verschafft einem eine gewisse Exklusivität oder Monopolstellung in Bezug auf einen konkreten Gegenstand. Man kann andere von der Benutzung dieses Gegenstandes ausschließen. Die beschriebene Monopolstellung reicht dagegen nicht so weit, dass man beispielsweise den Nachbarn davon abhalten kann, exakt das gleiche Auto zu fahren wie man selbst. Der Begriff des geistigen Eigentums zieht den Kreis der Exklusivität nun weiter. Es berücksichtigt den künstlerischen Schaffensprozess, die geistige Arbeit, die sich in einer Kreation widerspiegelt, und bezieht das kreative Potenzial der Arbeit in den Schutz mit ein. Das über das Urheberrecht vermittelte Exklusivrecht endet deshalb nicht in der Möglichkeit des Ausschlusses der Benutzung, sondern geht darüber hinaus, in dem es verbietet, die kreative Leistung zu übernehmen, also zu plagieren.

Geistiges Eigentum

#### 2.1.1 Am Anfang steht das Werk

Jede Exklusivität oder Monopolisierung hat aber auch ihre Kehrseite. Sie verhindert eine Fortentwicklung durch Partizipation und schließt Wettbewerb aus; gerade Letzteres geschieht selten zum Wohl des Kreativen,

Schutz bestimmter Leistungen

sondern meist zum Wohl der großen Verwerter der Medienindustrie. Das Urheberrecht löst diese Spannungslage dadurch, dass nicht jede kreative Leistung diese Exklusivrechte beanspruchen kann, sondern nur sogenannte *persönliche geistige Schöpfungen*. Diese werden unter dem Oberbegriff des *Werkes* zusammengefasst, ohne dass das Gesetz selbst eine weiter gehende Bestimmung vornimmt. Konturen erhält der Begriff erst durch die Rechtsanwendung und damit letztendlich durch die Gerichte.

Ohne an dieser Stelle bereits auf weitere Einzelheiten eingehen zu wollen – das kommt später –, ist die so getroffene Auswahl für den Bereich Design recht rigoros. Die Gerichte unterscheiden nämlich zwischen zweckgebundenen Werken, denen das gesamte Werbe-/Industrie- und Webdesign zugeordnet wird, und zweckfreien Werken der freien Kunst. Die qualitativen Ansprüche, um in den Genuss exklusiver Urheberrechte zu kommen, sind an die erste Gruppe wesentlich höher. Nach einem Gutachten, das die Allianz Deutscher Designer (AGD) in Auftrag gegeben hat, sind nur etwa zehn Prozent der Leistungen aus diesem Bereich schutzfähige Werke. Vielleicht eine fragwürdige Zahl, denn sie beruht allein auf Wahrscheinlichkeitsrechnungen. Sie zeigt aber, wie schmal der Korridor ist, über den durch das Urheberrecht Schutz vermittelt wird.

#### Wirtschaftliche Verwertung

Die wirtschaftliche Verwertung einer Kreation setzt voraus, dass man Dritten eine solche Verwertung erlauben, vor allem aber auch untersagen kann. Diese Möglichkeit ist nicht selbstverständlich, sondern erfordert Rechte – Urheberrechte.

#### 2.1.2 Nutzungsrechte

#### Jede Nutzung bedarf gesonderter Genehmigung

Ausgehend von dem Begriff des Werkes bestimmt das Urheberrecht, dass allein derjenige, der das Werk geschaffen hat, dieses auch nutzen – gemeint ist vor allem wirtschaftlich verwerten – darf. Wollen andere dies für ihn tun, brauchen sie seine Genehmigung, die in der Regel bezahlt werden muss. Das Urheberrecht differenziert die Möglichkeiten der denkbaren Nutzungen eines Werkes – etwa als Hardcopy- oder Online-Ausgabe, als nationales oder internationales Release – weitgehend aus und unterstellt jede einer selbstständigen Genehmigungspflicht.

Anders als beim Verkauf eines Pkw, mit dem der Käufer nach Erwerb tun und lassen kann, was er will, werden im Urheberrecht Genehmigungen nur punktuell für eine bestimmte Nutzung erteilt. Die Fotodesignerin überlässt beispielsweise eine Fotokollektion für einen Hardcopy-Katalog, ohne damit auch automatisch die Online-Nutzung der Fotos aus der Hand gegeben zu haben. Der Auftraggeber hätte zwar faktisch die Möglichkeit auch zur Online-Nutzung, er darf es rechtlich aber nicht. Das Urheberrecht schützt damit den Kreativen vor einer willkürlichen Ausschachtung seines Werkes, ohne dass er selbst dafür eine

Gegenleistung erhalten hätte. Will der Auftraggeber das Werk in allen denkbaren Formen verwerten, muss das Wie der Nutzung in allen Einzelheiten abgesprochen werden. Und selbst dann reißt der Faden, der den Urheber mit seinem Werk verbindet, nicht vollständig ab.

Werden durch technischen Fortschritt neue Nutzungsmöglichkeiten erschlossen, die zum Zeitpunkt der Genehmigung noch nicht bekannt waren, darf der Auftraggeber das Werk nicht ohne erneute Genehmigung in der neuen Form verwerten. So war die Nutzung von Musiktiteln als Klingelton für Handys vor einigen Jahren noch unbekannt, sodass selbst die »Knebelverträge« der Major-Labels diese Nutzung nicht erfassten. Die Folge war: ohne Zustimmung der Musiker kein Klingelton. Umgekehrt stellt die Nutzung auf DVD keine neue Verwertungsform gegenüber der CD oder Video dar. (Zu den aktuellen Reformbestrebungen in diesem Bereich siehe Abschnitt 2.4, »Das Urheberrecht in der Informationsgesellschaft«.)

**Bisher unbekannt  
Nutzungsmöglich-  
keiten**

### **2.1.3 Anerkennung der Urheberschaft**

Die wirtschaftliche Verwertung einer Kreation ist das eine. Ein anderes ist die persönliche Identifikation mit dem eigenen Werk. Das Release einer fertigen Arbeit ist immer ein besonderer Moment – man gibt ein Stück von sich selbst weg. Das Urheberrecht versucht hier eine Verbindung bestehen zu lassen, indem es jedem Urheber das Recht gibt, im Zusammenhang mit seinem Werk genannt zu werden. Die Credits gebühren ihm, egal wer letztendlich seine Arbeit verwertet. Man kann auf dieses Recht zur Namensnennung verzichten, aber vom Grundsatz her ist der Name des Urhebers von seinem Werk untrennbar. Vielen Designern stellt sich jetzt sicher die Frage, ob sie auf jeder von ihnen entworfenen Website oder Imagebroschüre ihr Firmenlogo oder einen anderen Hinweis setzen dürfen.

**Credits**

Das Gesetz formuliert eindeutig, indem es dem Urheber das Recht gibt, über Art und Platzierung des Urhebarnachweises zu bestimmen.

*Aber:* Branchengepflogenheiten sehen oft anders aus, und Credits werden mit dem Hinweis auf deren Unüblichkeit verweigert. Auch wenn das Landgericht München dazu festgestellt hat, dass es sich hierbei nur um eine rechtlich nicht zu beachtende Unsitte handeln kann, ist man diesen »Gepflogenheiten« erst einmal ausgesetzt. Hat man ausdrückliche Vereinbarungen mit seinem Auftraggeber getroffen, hat man es leichter.

#### **Tipp: Vereinbarung treffen**

Man sollte trotz allem über die Art und Platzierung der Credits mit seinem Auftraggeber bei Auftragsvergabe eine Vereinbarung treffen.

**[+]**

**Schutzdauer** Urheberrecht ist im Übrigen ein sehr lang andauerndes Schutzrecht für kreative Leistungen. Nicht nur der Urheber selbst partizipiert an diesem Schutz sein Leben lang, sondern auch seine Erben kommen für weitere 70 Jahre in diesen Genuss.

## 2.2 Wie entsteht ein Urheberrecht?

Der große Vorteil des Urheberrechts ist, dass der Schutz von selbst entsteht. Es bedarf keines komplizierten Anmeldeverfahrens. Auch international ist in vergleichbarer Weise ein Mindeststandard an Schutz gewährleistet.

**Keine Formalien** Ist das Computerprogramm geschrieben, die Illustration gezeichnet oder das Foto geschossen, ist alles getan, um ein Urheberrecht an diesen Kreationen entstehen zu lassen. Dies gilt für alle nur denkbaren künstlerischen Leistungen. Nicht gesagt ist damit allerdings, dass die Leistung die qualitativen Anforderungen erfüllt, die das Urheberrecht an solche Werke stellt. Das Gesetz selbst hilft bei der Konkretisierung des Begriffs wenig weiter. Es sind die Gerichte, welche die Maßstäbe in qualitativer Hinsicht gesetzt haben. Nur ein »deutliches Übertagen des Durchschnittsschaffens« lässt eine Schöpfung in die Reichweite des Urheberrechtes rücken. So wird im Streitfall nach überdurchschnittlicher *Eigentümlichkeit*, *Gestaltungshöhe* oder *Individualität* gesucht, auch mithilfe eines Sachverständigengutachtens. In den folgenden Kapiteln sollen diese Begriffe anhand der denkbaren Leistungen aus dem Web- und Grafikdesign präzisiert werden.

### 2.2.1 Entwürfe

**Auch Vorstufen geschützt** Bevor der Auftrag für einen Relaunch oder die Gestaltung einer Verpackung erteilt wird, verlangt der Auftraggeber eine Präsentation von Ideen. Skizzen und Rohentwürfe werden dann nach einem kurzen Briefing eiligst erstellt. Nach der Präsentation dann die Enttäuschung: Eine Konkurrenzagentur hat den Zuschlag erhalten. Später entdeckt man, dass die Website des Kunden auf den eigenen Entwürfen beruht.

Für Skizzen und Entwürfe gilt aber das Gleiche wie für die fertige Verpackung oder Website: Ist die Melodie für einen Jingle gesummt oder der Grobentwurf für ein Website-Layout gezeichnet, ist alles getan, was die Entstehung eines Urheberrechts voraussetzt. Jetzt hängt es von der jeweiligen Eigentümlichkeit und Gestaltungshöhe ab, ob das Schutzrecht auch wirklich entstanden ist. Schutzzähig sind also nicht nur die Endprodukte, sondern schon die einzelnen Entwicklungsstufen zum Endprodukt hin. Liegt zwischen dem Entwurf und dem Endprodukt keine weitere künstlerische oder kreative Leistung, kann man sich unter

Umständen gegen die von der Konkurrenz erstellte Website wehren (siehe Abschnitt 5.5, »Wie wehre ich mich gegen Urheberrechtsverletzungen?«).

**Tip: Von vornherein Klarheit schaffen**

Sie sollten schon im Angebot an den Kunden festlegen, dass Skizzen und Entwürfe kostenpflichtig sind.

[+]

### 2.2.2 Internationaler Schutz

Auch auf internationaler Bühne sind Urheberrechte hoch angesehen. Innerhalb der Europäischen Union gelten ohnehin nahezu die gleichen Rechtsstandards wie in Deutschland. Aber aufgrund internationaler Verträge, an denen nahezu alle Länder der Welt beteiligt sind, existiert auch ein beachtenswerter globaler Schutz. Insbesondere für den Bereich Internet ist dies eine wichtige Voraussetzung, um Künstler abzusichern. Verfolgt man die Stellungnahmen der jeweiligen Interessenverbände, gibt es immer noch genügend Ansatzpunkte für Kritik, aber im Grundriss ist ein Schutz der eigenen Kreationen international gewährleistet.

Die internationale Harmonisierung geht allerdings nicht so weit, dass überall das gleiche Urheberrecht gilt. Garantiert ist aber, dass die deutsche Urheberin in Frankreich wie in den USA usw. genauso behandelt wird wie ein national ansässiger Urheber. Es gelten auch bestimmte Mindeststandards, die von allen nationalen Rechtssystemen gewährleistet werden müssen, sodass man sagen kann, international besteht weitestgehend ein dem deutschen Urheberrecht vergleichbarer Schutzstandard.

Inländerbehandlung

### 2.2.3 Das ©-Zeichen

Welche Bedeutung hat der Copyright-Vermerk?

Der Copyright-Vermerk ist in zweifacher Hinsicht bedeutsam. Zum einen ist er nach wie vor in einigen Ländern (zu nennen sind vor allem die USA) notwendig, um alle, insbesondere prozessuale Rechte aus dem Urheberrecht überhaupt für sich reklamieren zu können. Darüber hinaus – und das ist für Deutschland besonders wichtig – führt der Vermerk an einem Werkstück zu einer gesetzlichen Vermutung der Urheberschaft bzw. Rechteinhaberschaft. Das bedeutet: Trägt eine Grafik den eigenen Copyright-Vermerk, wird von Gesetzes wegen vermutet, dass man tatsächlich der Urheber dieser Grafik ist. Will ein Dritter Rechte für sich an dieser Grafik beanspruchen, muss er – abweichend vom sonst Üblichen – den Nachweis der eigenen Urheberschaft führen. Diese Beweissituation hat manchen Prozess entschieden.

Hat der amerikanische Markt eine erhebliche Bedeutung für die Vermarktung des Werkes, sollte man es darüber hinaus beim Register of Copyrights (Adresse: Library of Congress, Copyright Office, 101 Independence Avenue, SE, Washington, D.C. 20559–6000) hinterlegen und registrieren lassen. Die Registrierung kann auch online erfolgen ([www.copyright.gov](http://www.copyright.gov)).

Der richtige Copyright-Vermerk umfasst das ©-Zeichen, den Namen des Urhebers und das Jahr, in dem das Werk geschaffen wurde: © Peter Müller, 2010.

Recht auf  
Copyright-Vermerk?

Eine ebenfalls in diesem Zusammenhang häufig gestellte Frage ist, ob man einen Anspruch gegenüber seinen Kunden auf Platzierung eines Copyright-Vermerks hat? Prinzipiell schwierig ist die Durchsetzung eines solchen Verlangens gegen den Widerstand des Kunden, denn man will ihn ja behalten. Entschieden ist, dass in den Bereichen der Massenwerbung Copyright-Hinweise unüblich sind und deshalb nicht verlangt werden können. In allen übrigen Branchensektoren kann nur die Platzierung des Vermerks zum Streitpunkt werden. Der grundsätzliche Anspruch steht außer Frage. Die Durchsetzungskraft des Anspruches ist allerdings unterschiedlich. Hat man ein urheberrechtliches Werk geschaffen, hat man einen positiven gesetzlichen Anspruch, in anderen Fällen nur einen gewohnheitsrechtlichen. In jedem Fall lohnt sich der unvoreingenommene Dialog mit dem Kunden.

[+]

**Tipp: Ordner mit Copyright-Vermerk**

Sind die zu kennzeichnenden Werke in Dateien enthalten, kann man diese in einem Ordner zusammenfassen, der mit dem Copyright-Vermerk versehen ist. Der Vermutungstatbestand gilt dann für den gesamten Ordnerinhalt.

### 2.3 Wer ist Urheber?

Von der Idee eines Webdesigns, eines Multimediawerkes oder einer Werbekampagne bis zum fertigen Produkt hat meist eine Vielzahl von Personen ihren Beitrag zum Gelingen geleistet. Wer ist aber der eigentliche Urheber?

Entscheidend wird die Frage für die wirtschaftliche Partizipation am Werk. Nur der Urheber hat die in der Einleitung erwähnten exklusiven Rechte an einer Kreation, die notwendig sind, um diese zu Geld zu machen.

Nur natürliche  
Personen

Urheber eines Werkes ist grundsätzlich derjenige oder sind diejenigen, die das Werk geschaffen haben. Damit ist aber nur so viel klar, dass nur Menschen Urheber sein können, auch wenn sie Maschinen benutzen.

Nur: Wird damit beispielsweise der Fotograf, dessen Fotos ich in mein Webdesign eingebunden habe, auch Urheber der Website? Oder noch pointierter: Genießt auch der Drucker, der die Werbeplakate gedruckt hat, ein Urheberrecht an diesen?

Die letzte Frage ist schnell mit Nein beantwortet. Urheberschaft knüpft an die Beteiligung während des Entstehens eines Werkes an. Die Mitwirkung in der Vorbereitung oder anschließenden Reproduktion macht niemanden zum Urheber.

Schwieriger ist die Beantwortung der ersten Frage. Sucht die Webdesignerin sich ihre Fotos aus einem Pool ausschließlich selber aus, liegt die Entscheidung damit allein bei ihr, ist auch nur sie Urheberin der Website; egal von welcher Qualität das Foto ist.

Arbeiten Designerin und Fotograf aber zusammen und finden so beispielsweise überhaupt erst zu einem Motiv, liegt eine Miturheberschaft nahe. Das entscheidende Kriterium ist das zielgerichtete Zusammenwirken an einem einheitlichen Werk. Das obige Beispiel der Einbindung einer Fotografie in ein Webdesign beschreibt einen Grenzbereich. Die Fotografie wird in den meisten Fällen als eigenständiges Werk selbstständig und unabhängig verwertbar sein, was der Einheitlichkeit entgegensteht. Betrachtet man aber das gesamte Webdesign, so verschmelzen die Arbeitsschritte der Strukturierung und der optisch-künstlerischen Umsetzung miteinander. Die gelungene Website ist nicht fragmentarisch, sondern eine Einheit. Das beteiligte Team ist damit in der Regel Miturheber des gesamten Designs. Vorausgesetzt natürlich, das Webdesign scheitert nicht an den vom Urhebberecht selbst aufgestellten Hürden für einen Schutz (siehe Abschnitt 3.3, »Wann ist ein Screendesign geschützt?«).

**Mitwirkung  
am Entstehen  
des Werkes**

**Zusammenarbeit  
mehrerer**

**Hinweis: Urheberrecht bei Zusammenarbeit mehrerer**

Also: Bei Kreationen, die in Teamprozessen durch aufeinander aufbauende Beiträge entstehen, ist Urheber nicht nur eine Person, sondern das gesamte Team.

**[+]**

### **2.3.1 Mitgesellschafter**

Nicht selten haben wir Fälle, in denen sich zwei oder mehrere ehemalige Partner einer Agentur streiten, wer denn nun die Rechte an den in der gemeinsamen Zeit geschaffenen Kreationen hat. Aus urheberrechtlicher Sicht ist die Antwort die gleiche wie zuvor. Haben die Partner sich die Arbeit in der Art geteilt, dass der eine die Kreativabteilung und der andere beispielsweise die kaufmännische Seite übernommen hat, liegen sämtliche Urheberrechte in Händen des Kreativen. Nur dann, wenn beide Hand in Hand am kreativen Workflow beteiligt waren, sind sie auch beide Rechteinhaber.

**Mitgesellschafter und  
Partner**

Für den Fall des Scheiterns der gemeinsamen Unternehmung ist in beiden Fällen heftiger Streit vorprogrammiert, wenn man nicht Vorkehrungen im Gesellschaftsvertrag getroffen hat (siehe Teil V, »Recht des Selbstständigen«, Abschnitt 22.1.2, »Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)«). Man sollte vorab klären, wer die Kreationen in Zukunft weiter verwerten soll und wie die anderen entsprechend entschädigt werden können. Außerdem kann man bereits im Gesellschaftsvertrag festlegen, dass die Nutzungsrechte an Kreationen der einzelnen Gesellschafter grundsätzlich auf die Gesellschaft übergehen. Man hat dann den Vorteil einer klaren Zuordnung der Rechte zum Gesellschaftsvermögen. Nicht mehr der eigentliche Urheber (Gesellschafter), sondern die Gesellschaft im Ganzen entscheidet dann über die weitere Verwertung. Hier wird die weiter vorne getroffene Unterscheidung zwischen Urheberrecht und dem aus ihm folgenden Nutzungsrecht deutlich. Urheberrecht und Nutzungsrecht können auseinanderfallen, d. h. unterschiedlichen Personen zustehen.

### **2.3.2 Konsequenzen**

**Nur gemeinschaftliche Verwertung**

Die mit der Urheberschaft verbundenen Rechte liegen nicht mehr nur in der Hand einer einzelnen Person, sondern in den Händen aller. Ohne Vereinbarung untereinander müssen sie schwerfällig immer gemeinsam entscheiden. Um zu verhindern, dass die Mitglieder der Gruppe sich in der anschließenden Verwertung der Arbeit gegenseitig behindern, sollte man sich vorher darüber verständigen, welche Mehrheiten abschließend entscheiden können.

### **2.3.3 Miturheber in Arbeitsverhältnissen**

Sonderregelungen existieren für (Mit-)Urheber in Arbeitsverhältnissen. Die Firma selbst kann zwar nie Urheberin eines Werkes sein, sondern immer nur ihre Angestellten. Aber diese haben von Gesetzes wegen all ihre Nutzungsrechte bereits vorab an ihren Arbeitgeber abgetreten. Damit entscheidet allein jener, was mit dem Werk geschieht. Dies gilt selbstverständlich nicht für solche Werke, die außerhalb des Arbeitsverhältnisses in der »Freizeit« entstehen.

**Arbeiten, die man als Angestellter gemacht hat**

Deshalb ist Vorsicht geboten, wenn man Arbeiten, die man als Angestellter gemacht hat, auf der eigenen Website als Eigenreferenz nutzen will. Grundsätzlich ist dafür die Zustimmung des Arbeitgebers erforderlich. Diese kann man sich vorab im Arbeitsvertrag holen, aber auch später für den konkreten Fall. Arbeitsproben, die man für eine Bewerbung braucht, sind für diesen Zweck frei verwendbar.

## 2.4 Das Urheberrecht in der Informationsgesellschaft

Schon bei der Umsetzung der Enforcement-Richtlinie durch das »Gesetz zur Verbesserung der Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums« im Jahre 2008 wurde politisch weiterer Reformbedarf im Urheberrecht aufgrund der rasanten Entwicklungen in der digitalen Welt angemahnt. Unter dem Schlagwort *3. Korb* wird seit Sommer 2010 nun diese weitere Novelle des Urheberrechts in den Fachgremien und im Parlament diskutiert. Die geplanten Neuerungen betreffen aber nach momentanen Stand den Grafik- und Webdesignbereich nicht im Kern. Außerdem ist ungewiss, wann und in welcher Form die Änderungen tatsächlich Gesetz werden, weshalb auf weitere Ausführungen zur Novelle an dieser Stelle verzichtet wird.

Was ist neu?

Seit dem 13.09.2003 ist das Urheberrecht, insbesondere aufgrund von Vorgaben der Europäischen Union, durch zahlreiche Reformen gegangen. Um einen Überblick zu erhalten, was sich seit dem Jahre 2003 verändert hat, werden die einzelnen Novellierungen chronologisch skizziert. Abschließend soll ein Ausblick auf die Auswirkungen für das Grafik- und Webdesign gegeben werden.

### 2.4.1 Der erste Korb

Mit dem sogenannten *ersten Korb* im Jahre 2003 wurde versucht, dem digitalen Phänomen der unbegrenzten Kopiermöglichkeiten habhaft zu werden. Gleichzeitig wurde mit dem Begriff der »öffentlichen Zugänglichmachung« eine neue Nutzungsform im Gesetz etabliert und damit das Internet als Vertriebsweg urheberrechtlich geschützter Werke anerkannt. Nicht durchringen konnte man sich seinerzeit, auch den Katalog der Werkarten (§ 2 UrhG) dem neuen Medium anzupassen, etwa durch die Einführung des Begriffes »Multimediawerk«. Begründet wurde dies damit, dass der Katalog ohnehin nicht abschließend zu verstehen sei und eine Herausbildung dessen, was schutzfähig ist, den Gerichten überlassen bleiben solle. In diesem Zusammenhang steht eine Entscheidung des Landgerichts Köln aus dem Frühjahr 2008. Darin ging es um Gestaltungen in virtuellen Lebenswelten, konkret um den virtuellen Entwurf des Kölner Doms. Das Gericht stellte klar, dass es für die Entscheidung nicht eines Rückgriffs auf eine neue Werkart (Multimediawerk) bedürfe, denn entscheidend sei nicht die Art der Festlegung des Werkes, etwa in Form von digitalen Daten (Binärcode), sondern vielmehr die durch Sprache, Bild und Ton vermittelte gedankliche Aussage. Allein diese konstituiere die schöpferische Leistung, die ins Urheberrecht führe. Nach Ansicht des Gerichts genügen damit die Begrifflichkeiten des letzten Jahrtausends, um auch das digitale Zeitalter zu fassen.

## Rechtlicher Kopierschutz

Die Novelle richtete sich aber zunächst gegen Tauschbörsen und Crack-Software. Die Industrie beklagte Milliardenverluste. Verboten wurden deshalb der Vertrieb von und die Werbung für Software, die in der Lage ist, Kopierschutzmechanismen zu umgehen. Der Bundesgerichtshof hat in einem Urteil vom Juli 2008 bekräftigt, dass dieses Verbot auch im privaten Bereich gilt. Verboten ist nicht nur der Vertrieb solcher Software, sondern schon die Ermöglichung des Zugangs zu ihr, etwa durch einen Link. In Tauschbörsen wurde das Anbieten von Musik- oder Filmdateien zum Download für andere untersagt. Der Download selbst blieb zunächst im Graubereich. Am Anfang war das Verbot ein Papiertiger, weil die Nutzer von Tauschbörsen anonym blieben. Neue Software und die Mithilfe vieler Staatsanwaltschaften änderten dies jedoch Ende 2006. Eine Abmahnwelle gegen Privatpersonen wurde losgetreten. Mittlerweile werden einige Strafverfolgungsbehörden und auch Gerichte vorsichtiger und verweigern die Zusammenarbeit.

### 2.4.2 Der zweite Korb

Mit einiger Verspätung, nämlich erst zum 01.01.2008, wurde der sogenannte *zweite Korb* der Urheberrechtsnovelle in Kraft gesetzt.

Im Anschluss an das eben beschriebene Werbungs- und Angebotsverbot für Tauschbörsen wurde mit dieser zweiten Novelle eine Gesetzeslücke geschlossen. Seitdem ist nicht mehr nur das Anbieten, sondern auch der Download in Filesharingsystemen grundsätzlich rechtswidrig und damit verboten.

## Ende der Privatkopie

In Bezug auf die viel diskutierte Privatkopie und deren Durchsetzungsfähigkeit hat der zweite Korb jedoch nichts von der Kritik aufgenommen oder gar zugunsten der Nutzer korrigiert. Unter dem Schlagwort Privatkopie streiten die Gelehrten und die Wirtschaft über die künftigen Möglichkeiten zum Zugang zu Informationen. Es geht dabei nur vordergründig um die Privatkopie als solche. Vielmehr entscheidend ist, ob sich technische Schutzmaßnahmen gegen das Herstellen von Kopien in Zukunft durchsetzen werden oder ob dem unter anderem durch das Recht der Privatkopie Grenzen gesetzt werden. Die Privatkopie wird zwar auch in Zukunft erlaubt bleiben, aber nur solange kein Kopierschutz umgangen wird. Faktisch ist damit in naher Zukunft das Ende der Privatkopie besiegelt, denn welchen Grund sollte die Medienindustrie haben, auf Kopierschutz zu verzichten? Ein Digital Rights Management durch technische Schutzmaßnahmen ist natürlich nicht per se etwas Schlechtes. Die Kritiker sehen nur die Gefahr, dass ohne gesetzliches Korrektiv der freie Informationszugang gefährdet wird und in Zukunft Wirtschaftsinteressen darüber entscheiden, wer an welche Informationen herankommt. Wissen und Kunst sind aber auch Gemeingut einer Gesellschaft und dürften deshalb nicht so weitgehend protektiert wer-

den. Allerdings hat das Bundesverfassungsgericht angedeutet, dass ein verfassungsrechtliches Gebot der Privatkopie nicht besteht.

Es bleibt weiterhin abzuwarten, ob die Neuregelung des Gesetzes die Probleme der Musik-, Film- und Softwareindustrie tatsächlich im Kern erfasst oder, ob sie aufgrund starker Lobbyarbeit nur für kurze Zeit vor dem notwendigen Strukturwandel bewahrt bleibt.

Eine weitere für Grafiker und Webdesigner interessante neue Regelung, betrifft die nunmehr vorhandene Möglichkeit der Einräumung von Rechten an noch nicht bekannten Nutzungsarten. Nach dem bis zum Inkrafttreten geltenden Urhebergesetz war es für Verwerter nicht möglich, sich schon heute die Rechte für die Verwertungsmöglichkeiten von morgen zu sichern. In der Medienwelt fand diesbezüglich die Auseinandersetzung um das SPIEGEL-Archiv auf CD-ROM besondere Aufmerksamkeit. Journalisten stritten mit dem Verlag, ob Artikel, die vor dem Zeitalter der CD-ROM geschrieben und veröffentlicht waren, auch digital archiviert und verbreitet werden dürfen. Die Journalisten erhielten unter anderem deshalb Recht, weil es nach damals geltender Gesetzeslage nicht zulässig war, Verwertungsrechte für Nutzungsarten zu erwerben, die zum Zeitpunkt des Erwerbs noch nicht bekannt waren. Die Sicherung exklusiver, ausschließlicher Rechte beschränkte sich notwendig auf bekannte Nutzungsformen.

Dies hat sich nunmehr geändert. Allerdings wird diese Regelung zum einen durch Formerfordernisse (Schriftform/§ 31 a UrhG) an den Vertrag und zum anderen durch einen nachträglichen Honoraranspruch (§ 32 c UrhG) flankiert. Der Urheber muss also in einem schriftlichen Vertrag der Einräumung zustimmen und kann diese Zustimmung innerhalb von drei Monaten auch noch nachträglich widerrufen. Die Klausel »Der Urheber überträgt sämtliche ausschließlichen Nutzungsrechte an dem Werk, auch für solche Nutzungsarten, die zum heutigen Zeitpunkt noch nicht bekannt sind, an den Lizenznehmer« erhält eine neue Bedeutung. Konnte man diese früher ignorieren, ist sie heute zulässig, und man sollte flankierende Honorarregelungen aufnehmen bzw. die Zustimmung explizit von der Zahlung eines weiteren Honorars abhängig machen. Das Gesetz sieht dies zwar vor, dennoch halten wir einen zusätzlichen, klärenden Hinweis für notwendig. Dies gilt umso mehr, als in vielen Verträgen mit der Formulierung »Mit der Honorarzahung sind sämtliche Ansprüche abgegolten« gearbeitet wird. Die Klarstellung, dass dies aber nicht für noch nicht bekannte Nutzungsformen gilt, verhindert spätere Auseinandersetzungen.

### 2.4.3 Enforcement-Richtlinie

Die durch das am 01.09.2008 in Kraft getretene »Gesetz zur Verbesserung der Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums« in

**Totaler Rechte-  
Buy-out**

**Auskunftsanspruch  
gegen Provider**

nationales Recht umgesetzte EU-Richtlinie schafft einen unmittelbaren Auskunftsanspruch u. a. gegen Internet-Service-Provider (ISP). Zur Durchsetzung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft sollen die Rechteinhaber mit besseren Informationen ausgestattet werden. ISPs werden deshalb unter bestimmten weiteren Voraussetzungen verpflichtet, bei offensichtlichen und gewerbsmäßigen Urheberrechtsverletzungen Dritter die dazugehörigen Userdaten herauszugeben. Das Landgericht Köln hat in einer Entscheidung vom 02.09.2008 dazu festgestellt, dass eine Gewerbsmäßigkeit auch schon vorliegen kann, wenn nur eine einzige umfangreiche Datei unmittelbar nach der Veröffentlichung des Tonträgers in Deutschland öffentlich zugänglich gemacht wird. Strittig ist noch die Frage, ob der Auskunftsanspruch unter einem Richtervorbehalt steht, also stets beim Landgericht geltend gemacht werden muss (§ 101 Abs. 9 UrhG). Der Richtervorbehalt gilt indes nur für Verkehrsdaten. Das Landgericht Offenbach hat aber dynamische IP-Adressen als Bestandsdaten qualifiziert und damit die Auskunft über den Anschlussinhaber dem Richtervorbehalt entzogen. Es bleibt abzuwarten, in welcher Richtung sich die Rechtsprechung verfestigen wird.

#### **2.4.4 Schutzfristverlängerung für Tonaufnahmen**

Längere Schutzfristen  
beachten

Im Rahmen der Harmonisierung des Urheberrechts, d. h. der EU-weiten Standardisierung des Urheberrechts, wurde beschlossen, die Schutzfristen für ausübende Künstler auf Tonträgeraufnahmen von bisher 50 Jahren auf nunmehr 70 Jahre nach erstmaligen Erscheinen der Tonaufnahme zu verlängern. Erfasst wird das Leistungsschutzrecht der Interpreten, nicht das Urheberrecht der ursprünglichen Komponisten. Für letztere Gruppe gilt nach wie vor eine Schutzfrist von 70 Jahren gerechnet ab dem Tod des Komponisten. Von den Änderungen profitieren werden in erster Linie die Major-Labels und nicht die Künstler.

Bei der kommunikativen Nutzung von gemeinfreien Musikstücken etwa zu Werbezwecken sind nunmehr die verlängerten Schutzfristen für die Interpreten zu beachten. Beispielsweise würde der Titel »Twist and Shout« – unter anderem von den Beatles gecovered und 1964 auf LP veröffentlicht – nach dem bisher geltenden Recht im Jahr 2014 gemeinfrei werden und dürfte ohne Lizenzen an die Ex-Beatles genutzt werden. Mit der Umsetzung der EU-Richtlinie verschiebt sich dieser Zeitpunkt in das Jahr 2034. Die Kommunikationsbranche muss das nicht nur in der Budgetplanung, sondern vor allem zur Vermeidung von Rechtsstreitigkeiten im Blick haben.

## 2.5 Weitere Schutzrechte

Neben dem Urheberrecht existieren weitere Schutzrechte:

1. Erfindungen können als *Patente* oder *Gebrauchsmuster* Schutz finden. Relevant werden könnte diese Schutzform beispielsweise für Computerprogramme. Der Bundesgerichtshof schließt heute die Patentfähigkeit nicht mehr generell aus, beschränkt diesen Schutz aber auf technische Lösungen, die ihren Schwerpunkt in den Hardwarekomponenten haben. Ein Bereich, der im Grafik- und Webdesign nur eine untergeordnete Rolle spielt.
2. Als »kleines Urheberrecht« bezeichnet wird das *Geschmacksmusterrecht* (siehe Abschnitt 6.1, »Was ist ein Geschmacksmuster?«). Unter diesem befremdlichen Begriff werden prinzipiell alle Designleistungen zusammengefasst, überwiegend aber aus den Bereichen Industrie- und Modedesign.
3. Das *Markenrecht* (siehe Abschnitt 7.1, »Wann gibt es Schutz für Produktbezeichnungen?«) dient dem Schutz von Kennzeichen. Alle Stilmittel, die genutzt werden, um eine Ware oder eine Dienstleistung von einer anderen zu unterscheiden, sind potenziell markenfähig.
4. Am Ende steht das *Wettbewerbsrecht* (siehe Kapitel 8, »Wettbewerbsrecht: Ein alternativer Designschutz?«). In Ausnahmefällen kann ein Verhalten eines Konkurrenten, das über die anderen Rechtsvorschriften nicht abgewehrt werden kann, doch noch unterbunden werden.

Was gibt es noch?  
Eine Aufzählung

# 15 Honorar

Ohne Moos nix los – für unsere Arbeit möchten wir angemessen entlohnt werden. Zu Beginn eines möglichen Auftrags stellen sich nicht selten Fragen nach der Verbindlichkeit von Kostenvoranschlägen. Sind viele vorbereitende Gespräche notwendig, dann ist die Frage nach Honorar für die Angebotserstellung naheliegend. Und wie soll mit problematischen Situationen umgegangen werden, wie z. B. mit nicht abgeschlossenen Aufträgen oder massiver Zahlungsunwilligkeit des Auftraggebers?

## 15.1 Kostenvoranschlag

»§ 650 **Kostenanschlag.** (1) *Ist dem Vertrag ein Kostenanschlag zugrunde gelegt worden, ohne dass der Unternehmer die Gewähr für die Richtigkeit des Anschlags übernommen hat, und ergibt sich, dass das Werk nicht ohne eine wesentliche Überschreitung des Anschlags ausführbar ist, so steht dem Unternehmer, wenn der Besteller den Vertrag aus diesem Grund kündigt, nur der in § 645 Abs. 1 bestimmte Anspruch zu.*«

Der kreative Dienstleister befindet sich beim Kostenvoranschlag (KV) in einer schwierigen Lage. Zum einen kann er den tatsächlichen Aufwand oft noch nicht überblicken. Zum anderen möchte er dem Interessenten einen Preis nennen, vor dem dieser nicht zurückschreckt. Die Versuchung besteht, den Kunden mit einem niedrigen Angebot zu ködern. Der Auftraggeber wiederum möchte den Job möglichst unkompliziert darstellen, damit die Honorarkalkulation niedrig ausfällt.

### 15.1.1 Wie verbindlich ist ein Kostenvoranschlag?

Wie eng sich der Auftragnehmer an den Kostenvoranschlag halten muss, hängt davon ab, wer die Überschreitung des Aufwands zu verantworten hat. Voraussetzung ist aber zunächst, dass es sich überhaupt um einen Kostenvoranschlag gehandelt hat. Wurde dem Kunden nämlich ein Festpreis garantiert, dann ist dieser selbstverständlich verbindlich, egal wie groß der unerwartete Mehraufwand wird. Hier handelt es sich gar nicht um einen KV, sondern um eine vertragliche Abmachung. In

Festpreis

**Echter  
Kostenvorschlag:  
Geschäftsgrundlage**

einem solchen Fall kann der Unternehmer spätere Sonderwünsche zwar zurückweisen oder eine Neufestsetzung des Preises verlangen. Führt er sie aber aus, bleibt es bei dem vereinbarten Honorar.

Anders bei dem echten Kostenvorschlag. Er stellt nur eine Berechnung der voraussichtlichen Kosten dar. Er ist, wie die Rechtsprechung sagt, nicht Vertragsbestandteil, sondern lediglich Geschäftsgrundlage. Der tatsächliche Rechnungsbetrag darf davon abweichen.

Wenn erkennbar wird, dass der Auftragnehmer sich bei der Berechnung des Aufwands verkalkuliert hat, muss er den Auftraggeber benachrichtigen. Der darf den Auftrag kündigen oder er kann mit dem Kreativen eine kostengünstigere Ausführung verabreden. Aber er kann nicht die Fertigstellung zum kalkulierten Honorar verlangen. Wenn er kündigt, muss er sogar den bisher geleisteten Arbeitseinsatz und Aufwand bezahlen. Dabei bleibt allerdings der KV die Berechnungsgrundlage – für die schon geleistete Arbeit muss er stimmen. Wenn der Kunde seinen Auftrag nicht kündigt, obwohl er von den Mehrkosten unterrichtet wurde, dann schuldet er am Ende auch den höheren Preis.

### **15.1.2 Was darf für Mehraufwand berechnet werden?**

Beruhet der Mehraufwand nicht auf einem Kalkulationsirrtum des Dienstleisters, sondern auf Änderungswünschen des Auftraggebers, entfällt sogar die Benachrichtigungspflicht. Eine kurze Mitteilung, dass die Preiskalkulation jetzt überschritten wird, empfiehlt sich dennoch. Denn dann ist sicher, dass der Besteller weiß, wer den Mehraufwand verursacht.

**Vereinbarungen**

Exakte Vereinbarungen von Auftragsinhalt und Abwicklung sind die beste Voraussetzung, um nicht auf unerwarteten Mühen und Kosten sitzen zu bleiben. In welchem Dokumentformat sind Unterlagen anzuliefern? Wie viele Korrekturläufe sind inbegriffen? In welchem Zeitraum haben Freigaben zu erfolgen? Alle Anweisungen und Unterlagen, die vom Kunden während der Abwicklung kommen, sollten dokumentiert und aufbewahrt werden, bis der Job bezahlt ist.

Wird der KV aufgrund eines Kalkulationsirrtums des Auftragnehmers überschritten und wird der Kunde nicht vorher benachrichtigt, wird in der Regel die 15-Prozent-Regel gewählt: Der Besteller erhält das fertige Produkt und bezahlt den Rechnungsbetrag zuzüglich eines Aufschlags von 10 bis 20 Prozent. Eine Überschreitung des KV um einen solchen Anteil wird als geringfügig angesehen, sodass der Besteller darin keinen Grund zur Kündigung hätte finden können, selbst wenn er es vorher gewusst hätte.

## Der Kostenvoranschlag

Jana hat als selbstständige Grafikdesignerin die Erstellung eines fertigen Flyers übernommen. Sie hat ihrem Kunden eine Kalkulation vorgelegt, die sich aus mehreren Gründen als falsch erweist. Jana muss für ein Foto, das sie für royalty-free hielt, Lizenzen an die Bildagentur zahlen. Die Druckkosten sind teurer als vorgesehen, weil Janas Angaben über den Anschnitt nicht stimmten, und Jana selbst arbeitet fünf Grafikstunden mehr an dem Projekt, als sie dachte.

Jana schreibt ihrem Kunden, so schwer es ihr fällt, die folgende E-Mail:

»Sehr geehrter Herr X, zu meinem Bedauern muss ich Ihnen mitteilen, dass sich das Projekt nicht zu den Kosten realisieren lässt, die ich Ihnen aufgestellt habe. Die tatsächliche Kalkulation lautet so: (...)«

Der Kunde ist verärgert und pocht auf den alten Preis. Doch Jana ist im Recht – solange sie keinen Festpreis vereinbart hat. Wenn ihre Berechnung nur ein Kostenvoranschlag war, darf sie ihn überschreiten. Sie muss es dem Kunden nur vorher sagen. Der Kunde darf kündigen und muss dann nur die Arbeitsschritte bezahlen, die für ihn einen Nutzen haben. Macht der Kunde aber mit dem alten Auftragnehmer weiter, dann dürfen die späteren Arbeitsschritte zu dem höheren Preis berechnet werden.

Dieses Verfahren ist umständlich und schafft Ärger. Zum Glück gibt es für Jana eine Hintertür. Sie muss ihren Kunden nur warnen, wenn der Kostenvoranschlag »wesentlich« überschritten wird. 15 % gelten bei den Gerichten als unwesentlich.

### Fazit: Kostenvoranschlag

Ein Kostenvoranschlag – wenn er kein Festpreis ist – darf überschritten werden. Mehr als 15% Aufschlag sind aber nur zulässig, wenn der Kunde im Voraus informiert wurde.

[«]

## 15.2 Honorar für nicht abgeschlossene Aufträge

»§ 643 Kündigung bei unterlassener Mitwirkung. Der Unternehmer ist im Falle des § 642 berechtigt, dem Besteller zur Nachholung der Handlung eine angemessene Frist mit der Erklärung zu bestimmen, dass er den Vertrag kündigt, wenn die Handlung nicht bis zum Ablauf der Frist vorgenommen werde. Der Vertrag gilt als aufgehoben, wenn nicht die Nachholung bis zum Ablauf der Frist erfolgt.« (Zum § 642 siehe unter Nr. 6)

»§ 645 Verantwortlichkeit des Bestellers. (1) Ist das Werk (...) unausführbar geworden, (...) so kann der Unternehmer einen der geleisteten Arbeit entsprechenden Teil der Vergütung und Ersatz der in der Vergütung

*nicht inbegriffenen Auslagen verlangen. Das Gleiche gilt, wenn der Vertrag in Gemäßheit des § 643 aufgehoben wird.«*

**»§ 649 Kündigungsrecht des Bestellers.** *Der Besteller kann bis zur Vollendung des Werkes jederzeit den Vertrag kündigen. Kündigt der Besteller, so ist der Unternehmer berechtigt, die vereinbarte Vergütung zu verlangen; er muss sich jedoch dasjenige anrechnen lassen, was er infolge der Aufhebung des Vertrags erspart oder durch anderweitige Verwendung seiner Arbeitskraft zu erwerben böswillig unterlässt.«*

Es gibt Aufträge, die nie zu Ende geführt werden: Der Klient lehnt bereits den Entwurf ab oder er verliert unterwegs das Interesse. Wie sind die geleisteten Arbeiten zu berechnen?

Grundsätzlich kann der Auftraggeber einen Job zu jeder beliebigen Zeit kündigen. Er schuldet dann die Vergütung für die schon erbrachten und die Vergütung für die noch nicht erbrachten Leistungen abzüglich der ersparten Aufwendungen. Der Auftragnehmer – nicht der Kunde, der gekündigt hat – muss dann belegen, dass er in der frei gewordenen Zeit nicht ausgelastet war und Einbußen hatte.

Der Kunde bietet in dieser Situation oft das eine oder andere an, er stellt neue Aufträge in Aussicht oder versichert, das Projekt sei nur vorläufig aufgeschoben. Der Kreative lässt sich dadurch vielleicht dazu bewegen, nicht auf der Einhaltung des Vertrags zu bestehen. Im Streitfall aber gilt: Ein »Ausfallhonorar« etwa in Form einer 50-Prozent-Vergütung gibt es nach dem Gesetz nicht. Im Gegenteil: Macht der Auftragnehmer nicht nachvollziehbar deutlich, inwieweit er Einbußen oder gar mangelnde Auslastungen zu verkraften hatte, darf er lediglich fünf Prozent der Vergütung für die noch nicht erbrachten Leistungen in Rechnung stellen.

#### **Umsatzsteuer**

Da bei »nicht erbrachten Leistungen« kein Austausch von Leistungen (Arbeit gegen Geld) stattgefunden hat, muss für diesen Teil der Leistungen auch keine Umsatzsteuer ausgewiesen werden. Die Rechnung muss also einen Betrag mit Umsatz- oder Mehrwertsteuer für die erbrachten Leistungen ausweisen und einen Betrag ohne Umsatz- oder Mehrwertsteuer für die nicht erbrachten Leistungen.

#### **Die fehlende Freigabe**

*Karsten hat die Werbeagentur Dreamteam mit einer Imagebroschüre für sein Unternehmen beauftragt. Die erste Hälfte des Honorars soll nach Freigabe der Entwürfe gezahlt werden. Versandtermin für die Broschüre ist der 31. März.*

1. Ende Januar sendet Wencke für Dreamteam Layout und Textentwürfe an den Auftraggeber. Doch Karsten erteilt keine Freigabe, denn er wartet auf die Zustimmung eines Vertriebspartners.
2. Die Zeit bis zur Deadline wird knapper. Nach vergeblichen Mails und Anrufen schreibt Wencke an Karsten:  
»Lieber Karsten, seit Montag stehen wir stand-by, um mit vollem Einsatz an die Realisation unseres fantastischen Projekts zu gehen. Unsere Kapazitäten liegen brach, und das müssen wir in Rechnung stellen, wenn wir nicht bis morgen Abend eine Freigabe bekommen!«
3. Wenn Karsten kein Okay gibt, kann die Agentur ab Fristablauf ihre Stunden berechnen.  
Wencke hätte auch schreiben können:  
»Wenn wir bis morgen Abend nichts von dir hören, müssen wir unsere Zusammenarbeit beenden. Und das wäre doch schade.«  
Dieser Text wäre eine Fristsetzung mit Kündigungsandrohung gewesen. Nach Fristablauf hätte die Agentur den Vertrag beenden und die geleistete Arbeit in Rechnung stellen können. Doch das wäre nur die zweitbeste Lösung.
4. Glück für Wencke: Karsten hat die Nase voll und erklärt seinerseits die Kündigung. Das darf der Auftraggeber jederzeit und ohne Begründung. Er muss dann den abgeschlossenen Teil des Auftrags bezahlen und zusätzlich fünf Prozent des nicht durchgeführten Teils – es sei denn, der Auftragnehmer kann entsprechende Ausfälle nachweisen.

#### **Fazit: Kündigen oder nicht?**

Für den Auftragnehmer ist es besser, nicht zu kündigen, sondern nur die fehlende Mitwirkung anzumahnen. Für den Auftraggeber ist eine Kündigung des Auftrags immer riskant. Denn möglicherweise gelingt der Agentur der Beweis, dass sie trotz Kündigung durch den Auftraggeber in ihrer Arbeit schon so weit fortgeschritten war und bereits so viel Aufwand mit der Abarbeitung des Auftrags hatte, dass sie das volle Honorar verlangen kann. Entscheidend wird dann sein, wer welche Hintergründe beweisen kann.

[[

#### **Wer muss was beweisen?**

Möchte die Agentur ihren Vergütungsanspruch beweisen, muss sie dem Auftraggeber folgende Punkte darlegen:

- ▶ die Kündigung durch den Auftraggeber
- ▶ die Mangelfreiheit der eigenen Leistung
- ▶ die vereinbarte Gesamtvergütung

Außerdem sollte sie vortragen:

- ▶ die Abgrenzung zwischen erbrachter und nicht erbrachter Leistung (möglicherweise unter Offenlegung der Kalkulationsgrundlage)
- ▶ die Höhe der ersparten, also noch nicht getätigten Aufwendungen, wenn gegenüber dem Auftraggeber ein höherer Betrag als fünf Prozent, bezogen auf den nicht durchgeführten Teil des Auftrags, geltend gemacht werden soll. Das ist natürlich nur sinnvoll, wenn die Agentur von der Arbeit, die ursprünglich noch geplant war, bereits mehr als fünf Prozent erledigt hat. Ansonsten ist die Fünf-Prozent-Pauschalregel günstiger.

Der Kunde hingegen muss darlegen, dass

- ▶ die Agentur eine höhere Ersparnis hat als vorgetragen – dass sie also für die noch ausstehenden Arbeiten noch nicht so viel vorgearbeitet hat – und daher weniger bezahlen muss sowie ggf.
- ▶ dass die Weiterverwendung der erbrachten Leistungen unzumutbar war.

Empfehlenswert ist es, im Vertrag mit dem Kunden ein Kündigungsrecht auf wichtige Gründe zu beschränken, um der pauschalen Fünf-Prozent-Regelung für noch nicht ausgeführte Auftragsteile zu entgehen. Eine solche Bestimmung darf nicht in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen stehen, sondern sollte sich im Vertragstext wiederfinden lassen.

### 15.3 Honorar für Angebote

»§ 632 Vergütung. (...) (3) Ein Kostenanschlag ist im Zweifel nicht zu vergüten.«

Bei zweistufigen Abläufen (1. Konzeption, 2. Realisation) wird oft um die Vergütung der Konzeption gestritten, wenn diese nicht zur Ausführung kommt.

#### Vergütungspflicht

Der entscheidende Punkt für die Vergütungspflicht ist: Es darf sich nicht um eine bloße Angebotspräsentation handeln. Im technischen Bereich werden zu Zwecken der Vertragsanbahnung teilweise umfangreiche Berechnungen angestellt. Den Aufwand für einen Kostenvorschlag muss ein Interessent jedoch nur dann übernehmen, wenn das vorher ausdrücklich so vereinbart war. Von diesem Grundgedanken geht das Gesetz zunächst einmal aus – im Tiefbau ebenso wie im Webdesign.

Die Entwürfe für Kreationen sind dann honorarpflichtig, wenn die Entwicklungsleistung der Gegenstand eines eigenen Auftrags war. Den Anlass für Entwurfsarbeiten geben oft lockere Gespräche über geplante Werbemaßnahmen, notwendige Erneuerungen und verbesserten Auftritt. Ist aus den Umständen eine formlose Beauftragung abzuleiten, billigt die Rechtsprechung der Webdesignerin oder dem Werbegestalter

einen Honoraranspruch zu. Auf die Frage, ob der Entwurf tatsächlich Verwendung findet, kommt es dabei nicht an. Denn auch ein unverwirklichtes Konzept vergrößert die Entscheidungsbasis auf dem Weg zur endgültigen Selbstdarstellung des Klienten.

### 15.3.1 Angebot oder Auftrag?

In Zweifelsfällen kommt es also darauf an: War es noch eine unverbindliche Anfrage oder gab es schon einen Auftrag? Da orientiert man sich so: In wessen Interesse wurde die Arbeit hauptsächlich gemacht? Stellt der Kreative vor allem sein eigenes Leistungsspektrum dar, listet er zum Beispiel auf, was er machen würde – möglicherweise durch Beispiele aus anderen Aufträgen –, dann handelt es sich nur um ein Angebot. Ein solches Angebot ist oft recht konkret auf den Kunden zugeschnitten. Aber wie bei einem Kostenvoranschlag steht das Interesse des Anbieters im Vordergrund: Er will einen neuen Auftrag. Da hilft es nichts, dass möglicherweise viele Arbeitsstunden in die Ausarbeitung geflossen sind. Das ist Akquise, und der Anbieter muss sich entscheiden, ob er die Vorarbeiten leisten will. Das Risiko, nicht beauftragt zu werden, kann er nicht auf den ausbleibenden Kunden abwälzen.

### 15.3.2 Bestellte Entwürfe

Ganz anders sieht es bei Leistungen sind, die der Kunde bestellt hat. Dann gilt § 632 BGB (siehe Nr. 2.4) Ob diese Umstände gegeben sind, kann man checken:

- ▶ Wer ist mit einer konkreten Aufgabenstellung an wen herangetreten? Initiative  
Der Webdesigner darf ruhig den Kontakt initiiert haben, aber der Homepage-Inhaber muss irgendwann gesagt haben, dass er etwas von dem Webdesigner will – und wenn es nur eine grobe Richtung oder ein wirtschaftliches Ziel ist, das mit dem Internet-Auftritt verwirklicht werden soll.
- ▶ Hat der Besteller den Kreativen mit Informationen versorgt? Sollte Briefing  
dieser sich mit den Produkten des Bestellers oder mit seinem jetzigen Werbeauftritt auseinandersetzen? Gab es ein Briefing? Wurden Ziele definiert? Wer für ein Unternehmen Werbeentwürfe entwickelt, ohne dass es einen schriftlichen Auftrag gibt, sollte also im Verlauf der Arbeit noch einmal nachfassen: Die Frage nach Details, die Bitte um Unterlagen oder genauere Anweisungen zieht E-Mails oder Faxe nach sich, mit denen sich die Auftragserteilung belegen lässt.
- ▶ Ist der Webdesigner als Einziger beauftragt worden? Keine Ausschreibung  
Eine Ausschreibung an mehrere gilt als Indiz für eine unverbindliche Einladung, Angebote abzugeben. Dann lässt sich ein Honoraranspruch schwer begründen, selbst wenn die Entwürfe auf den Kunden zugeschnitten sind.

**Keine  
Unentgeltlichkeit**

- ▶ Wurde die Unentgeltlichkeit des Entwurfs – vielleicht stillschweigend – vereinbart? Wenn der Gestalter zum Beispiel sagt: »Also, ich zeige euch erst einmal, wie das ungefähr aussehen könnte. Wenn ich die Seiten dann fürs Netz fertig mache, kostet das insgesamt ...« –, dann konnte der Auftraggeber das als Vereinbarung kostenloser Entwürfe verstehen.

Wenn der Kreative diese Punkte überwiegend zugunsten eines »Auftrags zwischen den Zeilen« abhaken kann, darf er für seine Arbeit eine Rechnung schreiben.

## **15.4 Was tun, wenn der Auftraggeber nicht zahlt?**

Der Umgang mit »faulen Kunden« ist ein schwieriger Teil des Customer Relationship Managements – aber wir müssen daran denken, dass er vor allem dies ist und kein juristisches Problem.

Wir alle kennen den Grundsatz: Die Akquisition eines neuen Kunden ist um ein Vielfaches aufwändiger als die Anbahnung von Neugeschäften mit einem bestehenden Kunden. Niemand will einen Auftraggeber verärgern. Das ist für jeden Kreativen das Hauptproblem, wenn sich Kunden mit der Bezahlung des Honorars allzu viel Zeit lassen. Kommt es wirklich zum Streit, ist die Geschäftsbeziehung beendet.

**Kundenbindung  
trotz Mahnung**

Aufgabe eines ökonomischen Forderungsmanagements ist es daher, die Kommunikation mit dem Schuldner so zu organisieren, dass beide Ziele, solange es geht, miteinander verknüpft bleiben können: Das Geld soll fließen, und der Schuldner soll gern auf einen zurückkommen.

Dazu muss jede Ansprache des Zahlungspflichtigen

- ▶ verständlich und transparent,
- ▶ auffällig,
- ▶ verbindlich im Sinne von freundlich und
- ▶ verbindlich im Sinne von ernst gemeint sein.

### **15.4.1 Korrekte Rechnungen**

Eine Standardrechnung und eine Standardmahnung sollte jeder für sich entwickeln. Die Rechnung sollte möglichst genaue Angaben über den Leistungsumfang oder über den Grund der Forderung (»Unsere Vereinbarung vom ...«) beinhalten. Je schneller die Rechnung einem Vorgang zugeordnet und überprüft werden kann, desto eher geht sie in die Buchhaltung.

Die Rechnung darf durchaus zusätzliche (Werbe-)Botschaften an den Empfänger beinhalten: Man kann für die Auftragserteilung danken, auf

andere Leistungen hinweisen oder ausdrücken, dass man sich auf weitere Zusammenarbeit freut.

Die rechtlichen Vorgaben für eine Rechnung sind:

#### Rechtliche Vorgaben

- ▶ Die Überschrift »Rechnung« ist nicht vorgeschrieben (auch wenn sie zweckmäßig ist).
- ▶ Die Rechnung muss ein Ausstellungsdatum haben.
- ▶ Die Rechnung muss eine fortlaufende Nummer haben, die nur einmal vergeben wird.
- ▶ Umfang und Art der Leistung müssen bezeichnet werden.
- ▶ Das Datum der Leistungserbringung ist aufzuführen.
- ▶ Die Mehrwertsteuer muss sowohl nach Prozentsatz als auch betragsmäßig ausgewiesen sein. Bei unterschiedlichen Mehrwertsteuersätzen müssen zum Beispiel Vorlagenerstellung (19%) und Nutzungsrechtsübertragung (7%) als getrennte Rechnungsposten erscheinen.
- ▶ Die Steuernummer des Ausstellers kann auch durch die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer ersetzt werden. Eins von beiden ist aber Pflicht.
- ▶ Ist die Leistung von der Umsatzsteuer befreit (Beispiel Lehrtätigkeit für berufsvorbereitende Bildungseinrichtung), ist ein entsprechender Hinweis auf der Rechnung zu vermerken (Beispiel: »Gemäß Ihren Angaben sind Sie nach § 4 Nr. 21 UStG von der Umsatzsteuer befreit.«).
- ▶ Eine förmliche Anrede ist nicht vorgeschrieben. Der Empfänger kann also auch mit Vornamen angeredet werden, wenn man ihm üblicherweise auch unter seinem Vornamen schreibt. Die Anschrift des Rechnungsempfängers gehört jedoch dazu.
- ▶ Eine Unterschrift ist nicht vorgeschrieben. Besser ist sie trotzdem.
- ▶ Auf der Rechnung müssen alle Angaben sein, die für »Geschäftspapiere« vorgeschrieben sind: ausgeschriebene Vornamen, bei juristischen Personen die gesetzlichen Vertreter, bei Personengesellschaften alle Mitglieder, bei eingetragenen Firmen die Handelsregisternummer, außerdem die Steuernummer und natürlich die Anschrift des Rechnungsstellers.
- ▶ Ein Zahlungsziel oder eine Skontoregelung sind nicht vorgeschrieben.

#### **Tipp: Umsatzsteuer-Identifikationsnummer**

Eine Rechnung muss stets entweder die Steuernummer des Ausstellers oder die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer enthalten. Empfehlenswert ist die Verwendung der Umsatzsteuer-Identifikationsnummer. Zwar wird die Nummer nur für Auslandsgeschäfte benötigt, aber das Antragsverfahren ist kostenfrei. Und wozu dann das Ganze? Ohne Kenntnis der Steuernummer lassen sich Sachbearbeiter bei der Finanzverwaltung nicht mehr zu Auskünften am Telefon »überreden«, insbesondere wenn es nicht die eigene Steuernummer ist.

[+]

Weitere Infos: [www.bzst.de/DE/Steuern\\_International/UST\\_Identifikationsnummer/FAQ/FAQ\\_Vergabe\\_USt\\_IdNr/Vergabe\\_FAQ\\_node.html](http://www.bzst.de/DE/Steuern_International/UST_Identifikationsnummer/FAQ/FAQ_Vergabe_USt_IdNr/Vergabe_FAQ_node.html)

Bei Rechnungsbeträgen bis 150 € können einige Angaben weggelassen werden (siehe dazu Kapitel 28, »Wie gehe ich mit der Umsatzsteuer um?«).

Eine Rechnung bedeutet die Aufforderung, dass nunmehr gezahlt werden soll. Diese Aufforderung ist nur dann gültig, wenn die Zahlung auch fällig ist. Normalerweise wird ein Honorar fällig, wenn der Auftraggeber die Leistung abgenommen hat oder statt der unterbliebenen Abnahme etwas anderes eingetreten ist, was die Abnahme ersetzen kann. Wenn vertraglich nichts anderes vereinbart wurde, kann der Kreative auch Abschlagszahlungen in Rechnung stellen. Die müssen sich auf Arbeitsschritte beziehen, die in sich abgeschlossen sind und für den Kunden einen eigenständigen Wert haben (Beispiel: eine CD-Version und eine Online-Version des Katalogs).

[+]

**Hinweis: Steuernummer**

Alle Rechnungen müssen mit Steuernummer versehen sein. Bei europaweiter Geschäftstätigkeit kann eine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer beantragt werden. Sie darf dann an Stelle der Steuernummer auf die Rechnungen gesetzt werden. Mehr dazu finden Sie in Kapitel 24, »Was will das Finanzamt von mir wissen?«.

### 15.4.2 Mahnungen

Für eine fällige Zahlung darf ich ein angemessenes Zahlungsziel setzen (Beispiel: 14 Tage). Das ist aber nur eine Orientierung für den Kunden. Eigentlich ist er aufgefordert, sofort zu zahlen.

Zur Verbesserung der Zahlungsmoral bietet das Gesetz jedem Gläubiger einen Anspruch auf Verzugszinsen. Die Verzugszinsen unter Kaufleuten betragen gut zehn Prozent. Den exakten Zinssatz kann man selbst ermitteln: Aktueller Basiszinssatz ([www.bundesbank.de](http://www.bundesbank.de)) plus acht Prozent.

Wenn ich meinem Kunden mitgeteilt habe, dass ich seinen (sofort fälligen) Betrag im Laufe von zwei Wochen erwarte, ist es nicht unangemessen, in der dritten Woche eine Erinnerung (Mahnung) hinterherzuschicken. Psychologisch wichtig ist, dass die Mahnung wirklich in der dritten Woche kommt und nicht in der fünften. Denn wenn ich schon die Bitte um Überweisung binnen 14 Tagen nicht ernst gemeint habe, wird mein Schuldner mir auch weitere Ankündigungen nicht glauben.

Die Mahnung sollte noch einmal alle Informationen enthalten, die für die Abwicklung auf der Empfängerseite benötigt werden, vor allem den aufgeschlüsselten Rechnungsbetrag und die Bankverbindung. Das ist nicht vorgeschrieben, beschleunigt aber den Durchgang – sofern der andere grundsätzlich zahlen will.

Bleibt die Mahnung erfolglos, dann gibt es keine rechtlichen Hindernisse, das gerichtliche Verfahren einzuleiten. Dass man drei Mahnungen geschickt haben muss, ist eine Legende. Nur sollte man darauf achten, dass man den Zugang dieser einen Mahnung wirklich beweisen kann – sonst läuft man Gefahr, auch bei gewonnenem Prozess unnötige Verfahrenskosten zu tragen.

Eine andere Frage ist, ob man nach nur einer Mahnung schon zu Gericht gehen will, immerhin bedeutet es, das Tischtuch zu zerschneiden. An dieser Stelle kann das Telefonat oder der persönliche Besuch bei dem Entscheidungsträger ein sinnvolles Instrument des Forderungsmanagements sein. Wichtig ist dabei zweierlei:

- ▶ Mündliche Mahnungen dürfen den Schriftverkehr nicht ersetzen (Beweisbarkeit), und
- ▶ Zusagen des Schuldners dürfen die eigenen Fristsetzungen nicht aufweichen.

Ein weiterer Schritt, der nicht vorgeschrieben ist, sei hier empfohlen: Eine Woche nach Versendung der Mahnung schickt man ein Fax hinterher, das nicht etwa 2. Mahnung heißt, sondern schlicht die Tatsache wiederholt, dass an dem betreffenden Datum eine Mahnung erfolgt ist. Es enthält auch keine neue Fristsetzung, sondern enthält den Hinweis, dass nach Ablauf der gesetzten Frist eine weitere Benachrichtigung des Schuldners nicht vorgesehen ist. Dieses Fax mit einem Übermittlungsprotokoll macht nicht nur Druck, sondern dient auch Beweiszwecken.

Ob man als Nächstes zum Mahngericht, zum Amtsgericht oder zum Anwalt geht, entscheidet man so:

- ▶ Erkennt mein Vertragspartner die Forderung eigentlich an und ist nur leider nicht flüssig? Dann ist der Mahnbescheid eine verhältnismäßig preiswerte Möglichkeit, den Druck zu erhöhen.
- ▶ Könnte mein Schuldner zahlen, wenn er wollte? Wenn der andere zahlungsunfähig ist, bedeuten Verfahrenskosten gutes Geld, das ich dem schlechten hinterherwerfe. Macht es Sinn, einen Schuldtitel für später zu haben, falls der Schuldner wieder zu Geld kommt? Wenn nicht: dann keine weiteren Aktivitäten!
- ▶ Bestreitet er die Forderung mit Einwänden wie »Nie bestellt«, »Nie die Rede davon« oder »War völlig unbrauchbar«? Dann wird ihn auch kein Mahnbescheid zur Zahlung bewegen. Die unterschiedlichen Po-

**Mahnbescheid:  
Nicht immer sinnvoll**

sitionen können jetzt nur noch vor Gericht geklärt werden. In diesem Fall gehört die Sache zum Anwalt.

Den Mahnantrag schicke ich an das Mahngericht, in dessen Bezirk ich selbst wohne, und zwar auf einem vorgeschriebenen Formular, das es im Schreibwarenhandel gibt. Alle Mahngerichte ([www.mahngerichte.de](http://www.mahngerichte.de)) bieten inzwischen ein Online-Verfahren an, das aber eine vorherige Anmeldung voraussetzt und sich nur lohnt, wenn man es öfter braucht.

Aufgrund des Mahnantrags schickt das Gericht – ohne rechtliche Prüfung meiner Forderung – einen Mahnbescheid an meinen Schuldner. Der darf dann binnen 14 Tagen ohne weitere Begründung an das Gericht zurückschreiben, dass er der Forderung, ganz oder teilweise, widerspricht. Wird ein solcher Widerspruch erhoben, bleibt mir nur der Weg einer Zahlungsklage mit dem Vorteil, dass meine bisherigen Gerichtskosten angerechnet werden. Rührt mein Schuldner sich auf den Mahnbescheid nicht, kann ich nach Ablauf der Frist einen Vollstreckungsbescheid beantragen, der die gleiche Rechtskraft wie ein Urteil hat. Aber auch hier hat der Schuldner noch einmal die Möglichkeit, eine mündliche Verhandlung zu erzwingen.

Der Mahnbescheid ist vor allem ein schneller Weg zum Inkasso von Forderungen, gegen die keine Einwände erhoben werden. Aber auch dann legt mancher Schuldner Widerspruch ein, einfach um seine Zahlungspflicht hinauszuschieben.

**Kosten** Die Kosten jeder Zahlungsklage muss ich erst einmal vorstrecken, ebenso die Kosten des Gerichtsvollziehers. Die Gerichtskosten für einen Mahnbescheid über 4000 € betragen rund 50 €, bei einer Klage kommen gut 260 € dazu. Die muss der Beklagte zahlen, wenn er verliert – und wenn er dann noch zahlungsfähig ist. Der Beklagte darf sich aber auch einen Anwalt nehmen. Gewinnt er den Prozess, muss ich seinen Anwalt mitbezahlen. In unserem Beispiel schlägt das mit mindestens 750 € zu Buche.

# 21 Start in die Selbstständigkeit

Selbstständigkeit hat viele Gesichter. Sie ist Lust, Freiheit, Geld, Notwendigkeit, harte Arbeit und Enttäuschung. Ihr Erfolg beruht vor allem auf Planung und Disziplin. Gerade die ersten Schritte sind wichtig, denn sie legen das Fundament.

Der Markt für Grafiker- und Webdesignerleistungen ist nach wie vor durch ein großes Angebot gekennzeichnet. Das bedeutet: Die Anbieter stehen in harter Konkurrenz zueinander, die Nachfrager haben starke Verhandlungsmacht. Ein erfolgreicher Start in die Selbstständigkeit beruht in der Regel darauf, dass mindestens eine der folgenden beiden Voraussetzungen vorliegt.

Entweder läuft die Selbstständigkeit über Kontakte: Aus angestellter Tätigkeit ist man bereits einem bestimmten Kreis von Auftraggebern bekannt, hat Referenzen oder kann gar (rechtlich nicht ganz unbedenklich) Kunden in die Selbstständigkeit mitnehmen. Oder über die Spezialisierung: Man bietet eine Dienstleistung an, die ein Plus-Produkt umfasst, eine Ausrichtung nach dem Muster »Webdesign + Gamedesign«, »Webdesign + Special Content«, »Webdesign + Versandlogistik«.

Ganz gleich, ob man aus Enthusiasmus oder unter dem Druck des Arbeitsmarkts den Weg in die Selbstständigkeit geht: Man muss sich im Klaren sein, dass ab jetzt die Verantwortung für alle großen und kleinen Geschäftsvorgänge bei einem selbst liegt. Man ist mit Aufgaben konfrontiert, die mit kreativem Output nichts zu tun haben, sondern Büroorganisation oder Kundenakquise und Kundenbindung heißen. Um nicht schon zu Anfang den Überblick zu verlieren, ist ein durchdachtes und planvolles Vorgehen unerlässlich.

Einer subjektiven Auswahl folgend, geben wir Hinweise in folgenden Kernbereichen:

- ▶ Der Businessplan
- ▶ Der Finanzierungs- und Liquiditätsplan
- ▶ Netzwerke: Welche Unterstützung kann ich mir holen?
- ▶ Das Rechtliche: Rechtsformen und andere Formalitäten
- ▶ Wie geht's weiter nach der Gründung?

## 21.1 Businessplan

Der Businessplan ist zum einen die Bewerbungsmappe des Selbstständigen, zum anderen aber auch echte Chance zur Selbstkontrolle. Gelingt es, die eigene Geschäftsidee und deren Umsetzung in Worten oder Grafiken zu visualisieren und Bekannte und vor allem sich selbst anhand dieser Mappe von der Machbarkeit zu überzeugen, ist ein Fundament gefunden, auf dem sich aufbauen lässt. Wichtig ist es deshalb, dass man sich nicht mit vagen Allgemeinplätzen zufrieden gibt, sondern sein Projekt so weit konkretisiert, dass die einzelnen Umsetzungsschritte messbar werden.

**Was will ich?** Anfangen sollte man damit, das Marktsegment genau zu beschreiben, das man ausfüllen möchte. Der Blick sollte aber auch auf die unmittelbar angrenzenden Aufgabenbereiche gehen. Weit verbreitet ist es etwa, dass Webdesign mit Webhosting oder Content-Management Hand in Hand geht. Das ist auch sinnvoll, denn beispielsweise über das Hosting erreicht man eine Kundenbindung über das eigentliche Design hinaus und eröffnet sich zusätzliche Einnahmequellen.

**Was kann ich?** Über die fachliche Kompetenz hinaus gilt es abzuklopfen, ob die gesteckten Ziele von der Manpower her alleine zu bewältigen sind oder Gleichgesinnte brauchen. Zu bedenken ist auch, dass die Selbstständigkeit nicht nur aus inhaltlicher Arbeit besteht. Welche Defizite sehe ich an mir etwa in der Kundenakquise oder Büroorganisation, und mit welchen Mitteln bekomme ich diese in den Griff? Die Steuerbehörden verlangen erbarmungslos – bei Start-ups monatlich – Umsatzsteuererklärungen. Die selbst geführte Buchhaltung muss das leisten können, denn sonst bekommt die Bewältigung solcher Aufgaben schnell ein größeres Gewicht als die inhaltliche Arbeit.

**Marktanalyse** Man sollte es nicht versäumen, wenn vielleicht auch nur mit einfachen und öffentlich zugänglichen Mitteln, sich einen Überblick über den existierenden Markt zu verschaffen. Wie stark und wie ausbaufähig sind meine vorhandenen Kontakte? Wie groß ist das Potenzial an neuen Kunden, und mit welchen Mitteln erreiche ich sie? Wie stark ist die Konkurrenz an dem von mir gewählten Standort? Gibt es Ausweichmöglichkeiten? Das alles sind Fragen, deren ernste Beantwortung einem helfen kann, die eigenen Chancen am Markt zu beurteilen.

**Welche Risiken gibt es?** Wer heute eine Bank oder eine Bürgengemeinschaft von der Tragfähigkeit eines Geschäftskonzepts überzeugen will, muss Antworten auf die Fragen geben, die der veränderte Markt für professionelles Webdesign aufgeworfen hat. Mittelständische Nachfrager neigen verstärkt zum Selbermachen, der Zugang zu entsprechender Software wird fast

zum Nulltarif erschlossen, Webdesign-Leistungen sind nachhaltig unter Preisdruck geraten. Die Nachfrager verlangen verstärkt nach Teilleistungen und sind gegenüber Pauschalpaketen zurückhaltend. Unter diesen Vorzeichen muss ein überzeugendes Geschäftskonzept anschaulich beschreiben, mit welchen besonderen Eigenschaften ein Platz auf dem Markt errungen und verteidigt werden kann.

Leitmotiv bei der Erstellung des Businessplans ist: Ich werde begründen, warum dieses Konzept aus der Sicht von Kunden plausibel ist. Ich werde begründen, warum mein Angebot auch vor dem Hintergrund der bestehenden Angebote des Wettbewerbs auf Nachfrage treffen wird. Nur dann wird der Businessplan überzeugen, wenn er die Idee nicht nur aus der Perspektive des eigenen Angebots beschreibt, sondern auch die Perspektive der Konkurrenz und der Kunden einnimmt.

Abzuraten ist davon, sich den Businessplan von professionellen Helfern schreiben zu lassen. Zwar sind einige Teile nicht eben einfach zu verfassen. Das gilt besonders für die nachfolgend beschriebene Finanzplanung. Doch die Beschreibung von Geschäftsideen durch routinierte Berater wirkt in den meisten Fällen allzu standardisiert. Die Persönlichkeit des kreativen Arbeiters tritt nicht hervor. Damit bleibt der größte Aktivposten des neuen Unternehmens verschwommen. Banken und Bürgen wollen die Kontur des Gründers erkennen.

Jeder Beginn birgt natürlich Risiken unterschiedlicher Natur, geschäftliche wie persönliche. Man sollte sie sich vor Augen geführt haben, um zu entscheiden, ob man sie schultern kann. Die finanziellen Risiken werden durch die Marktanalyse und den Finanzplan transparent. Unterschätzt werden oft die Folgen einer Existenzgründung auf das Privatleben. Auch hier sollte man sich Gedanken machen. Stehen die mir wichtigen Menschen hinter meiner Entscheidung und unterstützen diese? In der Gründungsphase wird es oft schwer sein, soziale Kontakte wirklich zu pflegen. Beruflich wird man in Zukunft voll eingebunden sein, sodass auf der privaten Seite geklärte Verhältnisse gut tun.

Hat man die anfängliche Euphorie durch diese Prüfungsphase hinübergerettet, kann es weiter gehen.

## 21.2 Finanzierungsplan

Wenn ich für die Anfangsinvestitionen auf Fremdkapital angewiesen bin – in der Regel Darlehen –, ist diese Aufstellung besonders wichtig. Banker denken in ihrer eigenen Welt. Nur mit einem für sie schlüssigen Finanzierungskonzept wird man das gewünschte Darlehen bekommen.

[+]

**Tipp: Richtige Kreditbeantragung**

Viele Banken bieten Workshops zur richtigen Kreditbeantragung an. Einfach bei der eigenen Hausbank nachfragen. Ein Businessplan-Tool (Microsoft Excel) mit guter Benutzerführung ist online für 29 € bei [www.gruendungszuschuss.de](http://www.gruendungszuschuss.de) erhältlich.

**Kostenplan** Die Kosten des Start-ups gliedert man am besten in drei Kategorien:

- ▶ Investitionskosten
- ▶ Laufende Betriebskosten
- ▶ Eigene Existenzsicherung

Der Grund ist der, dass die Banken bei der Kreditvergabe Investitionsmittelkredite und Betriebsmittelkredite unterscheiden. Die eigene Existenzsicherung fällt eigentlich in den Bereich der Betriebskosten, sollte unserer Erfahrung nach aber gesondert dargestellt werden.

Die Summen dürfen keine Circa-Angaben sein, sondern müssen belegt sein. Außerdem sollte man die einzelnen Positionen noch differenzierter darstellen, die Investitionskosten etwa als:

- ▶ EDV
- ▶ Telefon/Telekommunikation
- ▶ Büromöbel
- ▶ Werbung

Je detailgenauer man arbeitet, umso klarer wird einem selbst die Kostenstruktur. Für die Bank sollte man es allerdings nicht übertreiben, um nicht unprofessionell zu wirken.

Der Kostenplan sollte mindestens drei Geschäftsjahre umfassen. Die Investitionskosten muss man dabei einmal als Gesamtkosten und einmal über ihre Abschreibungswerte (siehe Kapitel 25, »Wie führe ich die Gewinnermittlung durch?«) über die Jahre verteilt darstellen.

**Gewinnprognose** Um einen schlüssigen Finanzierungsplan zu haben, müssen die Kosten nun »gegenfinanziert« und Liquiditätsreserven zur Sicherheit eingebaut werden. Hier beginnt die Schwierigkeit, denn man muss Umsatzprognosen aufstellen. Hat man schon einen potenziellen Kundenstamm mit einem grob umrissenen Budget, fallen solche Schätzungen weniger schwer. Was aber, wenn man erst einmal nur eine gute Geschäftsidee hat?

Erste Orientierungshilfen können dann von den unterschiedlichen Berufsverbänden veröffentlichte Statistiken geben. Untergliedert nach Größe und Branche sowie Dauer der Geschäftstätigkeit werden jährlich durchschnittliche Umsatzzahlen veröffentlicht. Eine weitere Anlaufstation sind die bundesweit vernetzten Industrie- und Handelskammern

(IHK), aber auch länger im Geschäft tätige Kollegen können eine Hilfe sein. Zugegebenermaßen sind diese Schätzungen schwierig.

Und jetzt kommt es zum Schwur. Der Vergleich der beiden Zahlenwerke bildet das voraussichtliche Geschäftsergebnis ab, das nicht nur für die Banken, sondern auch für einen selbst zur Richtschnur wird, an der man sich messen lassen muss. Realistischerweise wird man im Durchschnitt drei Jahre auf ein positives Geschäftsergebnis warten müssen. So lange müssen die persönlichen finanziellen Reserven halten, damit nicht das eigene Unternehmen am privaten Lebensunterhalt scheitert.

Erfolg realistisch?

#### **Hinweis: Anleitungen zum Businessplan**

Die Plattform [www.unternehmenswelt.de](http://www.unternehmenswelt.de) bietet auf ihrer Website Hilfen zur Erstellung eines Businessplans an. Diese eignen sich als Checkliste. Zu den meisten der dort aufgeführten Punkte wird man tatsächlich Ausführungen machen müssen, einige können im Einzelfall ausgelassen werden.

[www.existenzgruender.de/gruendungswerkstatt/businessplan\\_erstellen](http://www.existenzgruender.de/gruendungswerkstatt/businessplan_erstellen) heißt ein Angebot des Bundeswirtschaftsministeriums, bei dem mit Hilfe einer Software ein Businessplan benutzergesteuert gestaltet wird.

[+]

Auch wenn es sich niemand wünscht, mit der Selbstständigkeit nicht erfolgreich zu sein, sollte man sich klare Vorgaben setzen, wie lange die magere Startphase anhalten darf. Sinnvollerweise sollte man nach zwei bis drei Jahren den eigenen Status noch einmal überprüfen, um gegebenenfalls rechtzeitig die Notbremse zu ziehen.

## **21.3 Existenzgründung**

Am Anfang der Existenzgründung steht man vor einem Haufen Fragen: Wie stelle ich eine Anschubfinanzierung auf die Beine? Welche behördlichen Vorschriften muss ich beachten? Wie bin ich professionell erreichbar? Welche Ausstattung benötige ich, und wo bekomme ich sie günstig? Einen ersten Ausweg aus dem Chaos findet man in bestehenden Netzwerken. Angefangen bei den Berufsverbänden – beispielhaft seien die Allianz deutscher Designer e.V. ([www.agd.de](http://www.agd.de)) und die Mediensparten von ver.di ([www.mediafon.de](http://www.mediafon.de); [www.connex-av.de](http://www.connex-av.de)) genannt – über die IHK bis hin zum Wirtschaftsministerium ([www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de)) stehen Existenzgründer hoch im Kurs. Messen, Workshops und Seminare – das Angebot ist so reichhaltig, dass man darüber fast die Gründung vergessen könnte. Wir beschränken uns deshalb auf zwei wesentliche Bereiche:

- ▶ Private Existenzsicherung (Gründungszuschuss)
- ▶ Existenzgründungsprogramme

Es ist beruhigend, wenn man in der Startphase wenigstens weiß, wie man seine Miete weiter bezahlen soll. Sicherlich kann man und in einigen Fällen muss man in seinem Kreditplan auch die Kosten für die eigene Lebensführung berücksichtigen. Doch Kredite sind teuer, und da ist es gut, dass es spezielle Förderungen gibt:

- ▶ Gründungszuschuss
- ▶ Einstiegsgeld

### **21.3.1 Gründungszuschuss**

**Wer hat Anspruch?** Gründungszuschuss kann bei der Arbeitsagentur beantragen, wer zum Zeitpunkt der Aufnahme der selbstständigen Tätigkeit einen Anspruch auf Arbeitslosengeld I hat, und dies für mindestens noch 90 Tage. Der Anspruch genügt, man muss dieses Geld nicht tatsächlich beziehen.

Der Förderungsempfänger darf in den letzten beiden Jahren keine vergleichbaren Förderungen in Anspruch genommen haben (frühere Ich-AG bzw. Überbrückungsgeld). Die geplante Selbstständigkeit muss einen Umfang von mindestens 15 Wochenstunden einnehmen. Eine nichtselbstständige Tätigkeit ist daneben erlaubt. Ihr Zeitumfang muss aber geringer sein als der geplante Umfang der Selbstständigkeit.

Es ist erforderlich, den Antrag zeitnah zur Aufnahme der selbstständigen Erwerbstätigkeit beim Wohnsitzarbeitsamt zu stellen. Die Berufsaufnahme wird in der Regel erkennbar durch die Ausstellung des Gewerbescheins oder – bei Freiberuflern (siehe Abschnitt 22.2, »Was muss ich anmelden?«) – die Vergabe der Steuernummer. Wer schon über einen längeren Zeitraum immer mal wieder Aufträge hatte, muss auf Nachfrage darstellen können, dass die bisherige Tätigkeit nicht »nachhaltig« war (siehe Abschnitt 22.3.1, »Wer ist gewerbetreibend?«), sondern z. B. ein Studium im Vordergrund stand.

**Dauer und Höhe** Gründungszuschuss teilt sich in eine Grund- und eine Aufbauförderung. Die Grundförderung entspricht in ihrer Höhe dem Anspruch auf ALG I und wird für neun Monate gezahlt. Die Aufbauförderung besteht in einer Pauschale von 300 € zur Deckung der Sozialversicherungsausgaben. Dieser Betrag reicht selbstverständlich nicht aus, es sei denn, der Förderungsempfänger ist in der Künstlersozialkasse versichert (siehe Abschnitt 18.2, »Pflichtversicherungen des selbstständigen Künstlers oder Publizisten«).

Die Aufbauförderung kann auf Antrag um sechs Monate verlängert werden. Diese Verlängerung wird bewilligt werden, wenn nicht konkrete Gründe entgegenstehen. Wichtigster Hinderungsgrund ist, dass die Geschäftstätigkeit gar nicht weiter verfolgt wird.

Im Unterschied zur früheren Regelung frisst der Gründungszuschuss den Anspruch auf ALG I auf – der Leistungsbezug wird nämlich verrechnet. Daher sollte man prüfen, ob man freiwilliges Mitglied der Arbeits-

losenversicherung wird. Wer zwölf Monate durchhält, hat danach einen neuen Anspruch auf Arbeitslosengeld erworben.

Neben den allgemeinen Antragsunterlagen (siehe auch Abschnitt 21.1, »Businessplan«) muss man zusätzlich eine Stellungnahme über die Tragfähigkeit des Gründungskonzeptes einreichen. Diese Stellungnahmen erhält man zum Beispiel über:

- ▶ Industrie- und Handelskammern
- ▶ Steuerberater, Unternehmensberater, Rechtsanwälte
- ▶ Berufs- oder Fachverbände

Die Kosten dieser Stellungnahme sollten vorher besprochen werden. Die Begutachtung kann eine lästige Bürokratie sein, wenn man genau weiß, was man will. Sie bietet aber auch die Chance, mit erfahrenen Partnern sein Gründungskonzept noch einmal durchzusprechen und Veränderungen vorzunehmen.

Ob man daneben auch noch Schulungen, sogenannte *Gründerseminare*, absolvieren muss, ist abhängig vom Arbeitsamt. Der Fallmanager wird die Teilnahme an Vorbereitungsseminaren dann vorschreiben, wenn sich die persönliche und fachliche Eignung nicht aus dem Lebenslauf und den anderen vorgelegten Unterlagen ermitteln lässt. Im Umkehrschluss: Wer eine einschlägige Qualifikation oder Berufserfahrung hat, wird kaum zu Seminaren verpflichtet werden.

### 21.3.2 Einstiegsgeld

Wer keine Leistungen nach dem Sozialgesetzbuch III (Arbeitslosengeld I) beanspruchen kann, sondern nur nach Sozialgesetzbuch II (Arbeitslosengeld II), ist von der Förderung mit Gründungszuschuss ausgeschlossen. Beantragt werden kann ein sogenanntes *Einstiegsgeld*.

Das Einstiegsgeld kann erhalten, wer Arbeitslosengeld II bezieht und eine selbstständige Tätigkeit aufnehmen möchte, die hauptberuflich ausgeübt werden soll. Die maximale Dauer der Förderung beträgt 24 Monate.

Die Bewilligung des Einstiegsgeldes und dessen Höhe hängen von verschiedenen Faktoren ab. Voraussetzung ist in jedem Fall ein Businessplan. Aus diesem sollte unter anderem hervorgehen, dass die angestrebte Selbstständigkeit voraussichtlich zu einer Beendigung der aktuellen Arbeitslosigkeit und der Hilfebedürftigkeit führen wird.

Es besteht kein rechtlicher Anspruch auf das Einstiegsgeld, denn es handelt sich um eine »Kann«-Regelung, womit die Entscheidung im Ermessen der Ansprechpartnerin bzw. des Fallmanagers liegt. Es ist dann Aufgabe der Antragsteller, mit der Marktfähigkeit und den Erfolgsaussichten der angestrebten Geschäftsidee zu überzeugen.

Fachkundige Stelle

Kein rechtlicher Anspruch

Die Höhe errechnet sich, indem der monatliche Grundbetrag (die Sozialhilfe ohne die Wohnungskosten) um etwa 50% aufgestockt. Im Regelfall beträgt diese Erhöhung also 173,50 €. Eine Erhöhung ist denkbar, wenn der Status einer Bedarfsgemeinschaft durch weitere Familienmitglieder gegeben ist. Einstiegsgeld wird in der Regel für ein halbes Jahr bewilligt und kann verlängert werden. Bei einem Bezug von über einem Jahr – was eher selten ist – kann eine »Zuschussdegression« beschieden werden, das heißt, die Förderung wird gekürzt.

Der Antrag muss wie beim Gründungszuschuss einen Businessplan und eine fachkundliche Stellungnahme enthalten. Die Bewilligung steht außerdem unter dem Vorbehalt, dass die entsprechenden Mittel noch nicht erschöpft sind. Insgesamt also ein wenig attraktives Fördermodell.

### 21.3.3 Existenz Gründungsprogramme

Auch hier hat die New Economy viel ins Rollen gebracht: Kapitalbeschaffung als kreative Höchstleistung. Sicherlich ist fehlendes Kapital in der Gründungsphase ein Problem, dennoch möchten wir an dieser Stelle nicht das Mögliche beschreiben, sondern das Normale. Die Existenzgründungsprogramme des Bundes, die Kredite zu günstigen Konditionen vergeben, halten wir für den am meisten verbreiteten Weg, an Geld zu kommen.



#### **Hinweis: Staatliche Programme**

Will man sich über die ganze Bandbreite von Finanzierungsmöglichkeiten und Förderprogrammen informieren, sollte man sich Zeit nehmen für die umfassende Übersicht des Bundeswirtschaftsministeriums zu Förderprogrammen des Bundes, der Länder und der EU unter [www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de). Hier sind außerdem kostenlos nützliche Hilfsmittel für Büroorganisation und Finanzplanung erhältlich. Speziell für Existenzgründungen im Multimedia-Bereich ist die Website [www.gruenderwettbewerb.de](http://www.gruenderwettbewerb.de) gedacht, deren Urheber ebenfalls das Bundeswirtschaftsministerium ist.

Existenzgründungsprogramme werden unter dem Namen *Unternehmenskredite* von der deutschen Mittelstandsbank ([www.kfw-mittelstandsbank.de](http://www.kfw-mittelstandsbank.de)) aufgelegt. Der Kontakt erfolgt nicht unmittelbar, sondern über die Hausbank. Man sollte sich vorher informieren, welche Banken Existenzgründungen unterstützen, denn einigen ist das Risiko überhaupt zu groß, da kann das Konzept noch so gut sein. Finanziert werden der Investitionsbedarf sowie Betriebsmittel für einen bestimmten Zeitraum. Bei Investitionen bis zu einer Million Euro hat man Chancen auf eine 100-Prozent-Finanzierung. Finanzbedarf, der darüber hinausgeht, wird zu 75 Prozent abgedeckt.

### 21.3.4 Eigene Netzwerke aufbauen

Zur Unterstützung des professionellen Starts gibt es zahlreiche regionale, aber auch überregionale Netzwerke, die Informationen bereithalten, jedoch auch individuelle Begleitung – meist in Form von Coachings – anbieten. Zugang zu solchen Netzwerken findet man über die örtlichen Arbeitsagenturen. Ein weiteres wichtiges Standbein ist der Ausbau der persönlichen Kontakte sowohl zu Kollegen als auch zu potenziellen Kunden. Dies sind die Netzwerke, die einem die Zukunft sichern. Marketing und Werbung sind gut, aber teuer. Im Dienstleistungsbereich, in dem das individuelle Können im Vordergrund steht, ist der persönliche Kontakt immer noch die beste Eintrittskarte zu neuen Kundenkontakten.

#### **Folgende Websites lohnen durchaus einen Blick**

- ▶ [www.agd.de](http://www.agd.de) (Allianz Deutscher Designer e.V.)
- ▶ [www.bvsi.de](http://www.bvsi.de) (Berufsverband Selbstständige in der Informatik e.V.)
- ▶ [www.mediafon.net](http://www.mediafon.net) (ver.di-Angebot für Selbstständige in Medienberufen)
- ▶ [www.gruendungszusschuss.de](http://www.gruendungszusschuss.de) (als Service von Existenzgründern für Existenzgründer gedachte Website)
- ▶ [www.connex-av.de](http://www.connex-av.de) (ein Projekt von ver.di überwiegend für abhängig Beschäftigte in Medienberufen. In den »Medienhauptstädten« gibt es Büros und Stammtische.)

## 21.4 Vorsichtsmaßnahmen

Hat der Start in die Selbstständigkeit – insbesondere zusammen mit anderen Gesellschaftern oder Teilhabern – geklappt, Business- und Finanzierungsplan sind durch, die Gründungsphase ist durchlaufen, dann ist es nicht selten so wie in einer Beziehung: Nach der Verliebtheit der ersten drei bis zwölf Monate schwindet die erste Euphorie so langsam, und der Blick wird frei für all die Dinge, die bis dato ausgeblendet waren.

Plötzlich stellt man fest, dass der Mitgesellschafter lieber auf Partys »akquiriert«, als den Tag vor dem Bildschirm zu verbringen. Oder die freierzig zugesagte, nie aber schriftlich verbindlich gewordene Zusage des »alten Hasen« in der Runde, Teile seiner Gesellschaftsanteile auf die Neugesellschafter zu übertragen, wenn vorher in Aussicht genommene Ziele erreicht werden, ist plötzlich in Vergessenheit geraten. Oder das Erstaunen wächst, wenn man feststellt, dass die Partnerin die Hälfte ihrer Arbeitszeit für eine fremde Agentur auf eigene Rechnung arbeitet – wovon nie die Rede gewesen war. Oder es wird einem endlich klar, dass man das Gesicht, das einem jeden Morgen über den Weg läuft, eigent-

# Index

## A

---

Abmahnschreiben 319  
*Muster* 319  
Abmahnung 87, 319  
Abschlagsteuer 301  
*Freistellungsauftrag* 301  
Abschreibung 282  
Abwehrklausel 186  
AfA-Tabelle 272, 282  
*im Internet* 283  
AGB 177  
*Gesetzestexte* 345  
AGB-Recht 177  
Allgemeine Geschäftsbedingungen  
177, 178  
*Gesetzestexte* 345  
Allgemeines Gleichstellungsgesetz  
*Barrierefreiheit* 143  
Allianz Deutscher Designer (AGD) 22  
Anbieterkennzeichnung 128  
*Muster* 129  
Angebot und Annahme 168  
Angestellte 233  
Angestelltenverhältnis  
*Merkmale* 341  
Animation  
*Urheberrecht* 45  
Anlage GSE 289  
Arbeitnehmer 213  
Arbeitslosenversicherung 229  
Arbeitsrecht  
*Gesetzestexte* 352  
Arbeitsunfähigkeit  
*Berufsgenossenschaft* 234  
Arbeitsvertrag 171  
Arbeitszimmer 283  
*steuerlich absetzen* 283  
Auftrag  
*bestätigen* 174  
*Daten – wem gehören sie?* 81  
*kündigen* 172  
Auftraggeber  
*Recht an Daten* 81  
*zahlt nicht* 196

Ausländische Unternehmen  
*in Deutschland* 260

## B

---

Barrierefreiheit 142  
*Allgemeines Gleichstellungsgesetz*  
143  
*Gesetzestext* 359  
*öffentliche Verwaltung* 142  
*Verkaufsportale* 143  
Behindertengleichstellungsgesetz 142  
Belege 271, 282  
Berufsgenossenschaft 233  
*Druck und Papierverarbeitung* 233  
*Gefahrenklasse* 234  
*Mitgliedschaft* 233  
*Versicherungssumme* 234  
Berufshaftpflichtversicherung 230  
Berufsunfähigkeitsversicherung 230  
Berufsverbände 241  
Bestätigungsschreiben 174  
Bestellte Entwürfe 195  
Betriebsausgaben 272, 282  
*Abschreibung* 282  
Betriebsfest  
*steuerlich absetzen* 286  
Betriebsprüfer 272  
Beweispflicht bei Auftragskündigung  
193  
Bewertungskosten 285  
Bilanzieren 281  
Bildbeschaffung 59  
*Herstellerfotos* 62  
*Microstockportale* 59  
Bildnisschutz 63  
BITV 142  
Buchführung 273, 281  
Buchhaltung 274  
Bundesdatenschutzgesetz 361  
Bürgerliches Gesetzbuch 165  
Bürogemeinschaft 260  
*Mustervertrag* 321  
Businessplan 238  
Business to Business 138  
Business to Consumer 138

## C

---

- Checkliste
- Barrierefreiheit* 337
- Checklisten 329
- Clearing-Stelle Multimedia 82
- Computerprogramm
  - Schutz* 81
  - Urheberrecht* 46
- Computerspiel
  - Urheberrecht* 46
- Computersprache
  - Urheberrecht* 47
- Cookies 128
- Copyright-Vermerk 25
- Corporate Design
  - Schutz* 105

## D

---

- Daten 81
- Datenbank 49
  - analog* 50
  - digital* 50
  - Investition* 50
  - systematische Entnahme* 51
  - Urheberrecht* 41
  - wesentliche Bestandteile* 51
- Datenschutz
  - Checkliste* 337
  - Gefällt-mir-Button* 136
  - Gesetzestexte* 361
  - im Web* 127
  - Social-Media-Fanpages* 136
  - Social-Media-Plug-ins* 136
  - Web 2.0* 134
- Datenschutzerklärung 131
  - Beispiel* 131
- Dauerfristverlängerung 279
- Deadline vertraglich festhalten 178
- Deep Links 149
  - Technische Schutzmaßnahmen* 149
- Deliktsrecht
  - Gesetzestexte* 355
- Designrecht 91
- Designvertrag
  - Mustervertrag* 309
- Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung (DL-InfoVO) 138
- Dienstvertrag 171
  - Gesetzestexte* 352

- Digitale Kopie 80
- Digitale Signatur 133
  - Private Key* 133
  - Public Key* 133
- Digital-Rights-Management-Systeme 83
- Dispute-Eintrag 114
- Domain-Grabbing 113
- Domain-Name
  - Einzelheiten* 111
  - Schutz* 110
- Domain-Parking 113
- Double-Opt-in 159
- DPMA 99
- DRMS 83

## E

---

- E-Commerce
  - Informationspflichten* 138
- E-Commerce-Websites
  - Checkliste für nötige Angaben* 332
- Ehrenamtspauschale 292
- Eigenart 92
- Einkommensteuer 273, 291
- Einkommensteuererklärung 291
- Einkünfte aus selbstständiger und gewerblicher Arbeit 289
- Ein-Mann-Unternehmen 249
- Einnahmen 289
- Einnahmeüberschussrechnung 274, 281
  - Vordrucke 2004* 281
- Einstiegsgehalt 243
- Einwilligungserklärung 337
- Elster 300
  - Buchhaltungsprogramm* 300
- E-Mail
  - Rechtverbindlichkeit* 173
- E-Mail-Marketing 157
  - Checkliste* 338
  - Double-Opt-in* 159
  - E-Postcards* 159
  - Newsletter* 158
  - Opt-in-Prinzip* 158
  - Opt-out-Prinzip* 158
  - Probleme* 159
  - richtiges* 158
  - Spamming* 157
  - unaufgefordertes Versand* 157
  - wettbewerbswidrig* 157

E-Mail-Signatur  
  *Pflichtangaben* 160  
Enforcement-Richtlinie 31  
Entwurf  
  *bestellter* 195  
E-Postcard 159  
Europäisches Designrecht 93, 96  
Europäisches Muster  
  *Anmeldeverfahren* 99  
Europäisches Register 98  
Existenzgründung  
  *Fragen* 241  
Existenzgründungsprogramme 244  
Exklusivität 77

## **F**

---

Fahrlässigkeit 204  
Fahrten  
  *absetzen* 287  
Fahrtenbuch 288  
Festpreis 189  
Film  
  *Download* 87  
  *Urheberrecht* 44  
Filmmaterial  
  *Urheberrecht* 44  
Finanzamt 262, 271, 277  
  *Belege aufbewahren* 271  
  *Prüfung* 271  
  *Termine* 273  
Finanzierungsplan 239  
Firmenfarben 105  
Firmenlogo 105  
Firmenname 112, 115, 266  
  *Einzelheiten* 109  
  *Firma* 108  
  *Firmennamensrecht* 108  
  *Kleinunternehmen* 109  
  *Namensgleichheit* 110  
  *Schutz* 108, 110  
Firmenwagen 287  
Forderungsmanagement 196  
Forenhaftung 153  
  *Heise-Urteil* 153  
Foto  
  *Nutzungsrecht* 81  
  *Schutzdauer* 42  
  *Thumbnail-Format* 43  
  *Urheberrecht* 38, 42

Fotorecht 59  
  *Bildbeschaffung* 59  
  *Bildnisrecht* 62  
  *Bildnisschutz* 63  
  *Fotowettbewerb* 73  
  *Microstock-Portale* 59  
  *Panoramafreiheit* 67  
  *Personenaufnahmen* 62  
  *Personen der Zeitgeschichte* 65  
  *private Grundstücke* 68  
  *Schloss Sanssouci* 69  
  *Schloss Tegel* 69  
  *Versammlungen* 64  
  *Werbung* 66  
Fotowettbewerb 73  
  *Fotorückgabe* 76  
  *Jugendliche* 74  
  *Rechte* 75  
  *Teilnahmebedingungen* 73  
  *Teilnehmer* 75  
  *wichtige Fragen* 73  
Fragebogen zur steuerlichen Erfassung  
  277  
Framing 149  
Freiberuflichkeit  
  *Definition* 261  
  *Merkmale* 342  
Freie Berufe  
  *Gewerbeanmeldung* 262  
Freiwillige Arbeitslosenversicherung  
  229  
Frühstück 289  
Frühstückskosten 289

## **G**

---

Garantie 201  
GbR → Gesellschaft bürgerlichen  
  Rechts (GbR)  
Gebrauchsanweisung  
  *Urheberrecht* 53  
Gebrauchsmuster 33  
GEMA 82  
Gemeinschaftsmarke 116  
Gerichtsstand 186  
Geschäftsbezeichnung 109  
  *Familienname* 110  
Geschäftssessen 285  
Geschäftspapiere 266  
Geschäftswagen 300  
Geschmacksmuster 91

Anforderungen 93  
 Anmeldeverfahren 94  
 Aufschiebungsgebühren 99  
*europäisches* 97  
 Neuheit 93  
 Schriftzeichen 96  
 Schutzdauer 96  
 Vermutung 92  
 Geschmacksmustergesetz  
   2004 neu 91  
 Geschmacksmusterrecht 33, 91  
   *Eigenart* 92  
 Geschützte Werke 385  
 Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)  
   250  
   *Auflösung* 252  
   *Gesellschaftsvertrag* 251  
   *Gewerbsteuer* 293  
   *Gewinnteilung* 289  
   *Gründung* 251  
   *Gründungsvertragsmuster* 325  
   *Haftung* 253  
   *Nebenjobs* 252  
 Gesellschaft mit beschränkter Haftung  
   (GmbH) 249, 254  
   *Bilanzierung* 257  
   *Geschäftsführer* 256  
   *Gesellschaftsvertragsmuster* 323  
   *Gründung* 254  
   *Steuern* 257  
   *Versicherungen* 256  
 Gesellschaftsvertrag  
   *GbR* 251  
   *GmbH* 255  
 Gesetzestexte 345  
 Gewährleistung 169, 201, 339  
 Gewerbe  
   *anmelden* 262  
   *Merkmale* 263  
 Gewerbeanmeldung 263  
 Gewerbsteuer 293  
   *errechnen* 294  
   *Freibetrag* 293  
 Gewerbetreibend 263  
 Gewerbliche Tätigkeit  
   *Merkmale* 342  
 Gewinnermittlung 281  
 Gewinnprognose 240  
 GmbH → Gesellschaft mit beschränkter  
   Haftung (GmbH)

GmbH & Co. KG 259  
 GmbH light 258  
 Google Adwords 150  
 Grafiken 45  
 Grundgesetz 355  
 Gründungszuschuss 242  
 GVL 82

## H

---

Haftung 146, 339  
   *Admin-C* 145, 154  
   *allgemeine Gesetze* 152  
   *beschränken* 204  
   *Disclaimer* 147  
   *eigene Inhalte* 146, 153  
   *Foreneintrag* 153  
   *fremde Inhalte* 151  
   *Google Adword* 150  
   *Grenzfall* 154  
   *Hostprovider* 152  
   *Link* 147  
   *Spam-Mails* 152  
   *Störer* 152  
   *Störerhaftung* 152  
   *Suchmaschineneinträge* 150  
   *typische* 145  
   *Zugangsprovider* 152  
 Haftungsbegrenzungsklausel 183  
 Haftungsbeschränkte Unternehmer-  
   gesellschaft 258  
 Haftungsklauseln 341  
 Haftungsmilderung 182  
 Handelsregister 264  
   *Anmeldung* 264  
   *Eintrag* 265  
 Hebesatz 295  
 Hilfe-Menü  
   *Urheberrecht* 53  
 Höhere Gewalt 204  
 Honorar 168, 181, 189  
   *Angebote* 194  
   *Auftrag* 195  
   *Entwürfe* 195  
   *Fälligkeit* 182  
   *mindern* 203  
   *nicht abgeschlossene Aufträge* 191  
 HTML-Quelltexte  
   *Urheberrecht* 47

## I

---

Icons  
    *Urheberrecht* 42  
Idee 77  
    *Urheberrecht* 77  
Identifikationsnummer 277  
Illustration  
    *Kombination der Gestaltungsmittel*  
        36  
    *Urheberrecht* 35  
    *Verfremdung* 36  
    *Zweckrichtung* 35  
Impressum  
    *Abmahnung* 130  
Informationspflichten 138  
    *BGB/EGBGB* 138  
    *DL-InfoVO* 138  
    *Gesetzestexte* 370  
    *TMG* 138  
Inhalte  
    *Schutz* 77  
    *Verantwortlichkeit* 145  
Internet  
    *Barrierefreiheit* 142  
    *Haftung* 145  
Internet-Recht 125  
Investitionskosten 240

## J

---

Jahresbetriebsergebnis 289  
Jingles 107

## K

---

Kapitalerträge 301  
Kartendienste 87  
Katalog  
    *Urheberrecht* 53  
Kaufvertrag 173  
Kleinunternehmerstatus 297  
Kollegen 245  
Kommanditgesellschaft 259  
Konfliktsituation 246  
Konkludenter Vertrag 167  
Kopierschutz 30  
Korb (Urheberrecht)  
    *dritter* 29  
    *erster* 29  
    *zweiter* 30

Körperschaftsteuer 273  
Korrektur 202  
Kostenvoranschlag 189  
Krankengeld 228  
Krankenkasse  
    *gesetzlich* 227  
    *privat* 227  
    *Wahl* 227  
Krankenversicherung 226  
Kreationen  
    *fremde* 78  
Kreativrecht 385  
Kryptografie 133  
KSK 215  
    *Anmeldeverfahren* 218  
    *Aufnahme* 216  
    *Beiträge* 219  
    *Leistungen* 216  
    *Mitglieder* 217  
    *Widerspruch* 220  
Künstlersozialabgabepflicht 220  
Künstlersozialversicherung → KSK  
Künstlerversicherung 215

## L

---

Laufbilder  
    *Urheberrecht* 45  
Layout  
    *Urheberrecht* 36  
Layoutschutz 37  
Lebensversicherung 230  
Leistung  
    *Inhalt* 179  
Leistungsschutzrecht  
    *Schutzfristverlängerung* 32  
Lieferzeiten 204  
Limited 260  
Link  
    *Deep Link* 149  
    *Haftung* 147  
    *sich zu eigen machen* 147  
Literatur  
    *steuerlich absetzen* 286  
Lizenzen 55, 59, 82  
    *Mustervertrag* 312  
Locarno-Klassifikation 99  
Logo 36  
Look and Feel 119

## **M**

---

Mahnbescheid 199  
    *Gerichtskosten* 200  
Mahnung 196, 198  
Mangel  
    *Definition* 201  
Marke 101, 113  
    *Kreation* 329  
Marken 267  
    *Anmeldung* 329  
Markenamt 42  
Markenanmeldung 114  
    *Checkliste* 329  
Markenrecht 33, 104  
Markenschutz 101  
Marken- und Namensrecht  
    *Gesetzestexte* 423  
Markenverletzung 103  
Mediatoren 247  
Mehraufwand 190  
Mehrwertsteuer 297  
Minijobs 214  
Miturheber 387  
Multimedia-Recht 125  
Multimedia-Werke  
    *Urheberrecht* 44  
Mündliche Vereinbarung 167  
Musik  
    *einbinden* 54  
    *Urheberrecht* 54  
Musik-Downloads 87  
Musikrecht 54  
    *Internetradio* 56  
    *Lizenzen* 55  
    *Musikdateien* 55  
    *personalisierte Angebote* 57  
Muster 97  
    *Darstellung* 94  
    *eingetragen* 98  
    *nicht eingetragen* 97  
Mustervertrag 177, 305

## **N**

---

Nachbessern 202  
Nacherfüllung 202  
Nachträglicher Mehraufwand 190  
Namensgebung 266  
Namenswahl 110

Nebenjobs  
    *steuerfrei* 292  
Netzwerke 245  
Newsletter 158  
    *Checkliste* 339  
Nutzung 22  
    *Umfang* 84  
    *vertraglich festlegen* 84  
    *Zweck* 78  
Nutzungsmöglichkeiten, neue 23  
Nutzungsrechte 88, 184

## **O**

---

Offene Handelsgesellschaft (OHG) 260  
OHG 260  
Online-Recht 125  
Open-Content-Lizenzen 80  
Open-Source 80

## **P**

---

Panoramafreiheit 67  
    *international* 70  
    *private Grundstücke* 68  
    *Widmungszweck* 67  
Partnerschaftsgesellschaft 261  
Patente 33  
Patent- und Markenamt 114  
Personenbezogene Daten 135  
Pflichtversicherungen 213, 222  
Piktogramme 93  
    *Urheberrecht* 41  
Pkw  
    *steuerlich absetzen* 287  
Poolbildung 283  
Pop-ups 149  
Privacy-Einstellungen 136  
Privacy Policy Statement 131  
Private Nutzung 80  
Privatkopie 30  
Produktbezeichnungen  
    *Schutz* 101  
Produktname  
    *Schutz* 101  
Produktverpackung  
    *Schutz* 104  
Programmcodes 47  
Programmierauslagerung  
    *Mustervertrag* 316

## Q

---

- Quellcode
  - Urheberrecht* 48
  - Vertrag* 48
  - Vertragliche Vereinbarungen* 48
- Quellenangabe 403

## R

---

- Rechnung 298
  - notwendige Angaben* 196
- Recht
  - Namensnennung* 23
- Recht am eigenen Bild 62
- Rechte
  - ohne Vertrag* 170
- Rechteklärung 82
- Rechterecherchen 83
- Rechtsform 108, 249
- Rechtsschutzversicherung 231
- Referenzen 161
- Referenzlisten 161
- Registered Trade Mark 36
- Reisekosten
  - steuerlich absetzen* 288
- Reklamation 201, 203
  - Rechte des Kunden* 202
- Rentenversicherung
  - freiwillig* 230
- Rohmaterial
  - Urheberrecht* 44
- Rückgabebelehrung
  - Checkliste* 336
- Rückgabebefolgen 336
- Rückgaberecht 139, 336
- Rundfunkgebühren 286

## S

---

- Sachversicherungen 231
- Schadensersatz 169, 201
  - Höhe beschränken* 204
- Schadensersatzforderungen 203
- Schnappschuss 42
- Schriftfont 93
- Schriftzeichen
  - Schutz* 93
  - Schutzdauer* 96
- Schriftzeichenschutz 94
- Schutz der kreativen Leistung 385
- Schutzfähige Werke 22

- Schutzrechte 33
- Screendesign
  - Urheberrecht* 27, 37, 44
- Selbstanzeige 274
- Selbstständigkeit 215, 217
  - Anmeldung* 261
  - Arbeitslosenversicherung* 229
  - Checkliste* 341
  - Gewinnsschätzung* 278
  - Merkmale* 341
  - Rechtsform* 249
  - Start* 237
- Serienabmahnung 130
- Solidarprinzip 227
- Sound 107
- Sound-Sampling 54
- Soziale Netzwerke 134
  - Datenschutz* 136
- Sozialrecht 213
- Speichern
  - fremde Inhalte* 80
- Start-up
  - Kostenplan* 240
- Steuererklärung 273, 274
- Steuerhinterziehung 274
  - Selbstanzeige* 274
- Steuermesszahl 294
- Steuern 271, 273
- Steuernummer 198, 279
- Stundensatzregelung 181
- Suchmaschineneinträge
  - Haftung* 150
- Suchmaschinenoptimierung
  - Urheberrecht* 39

## T

---

- Tauschbörsen 30
- Technische Beschreibungen
  - Urheberrecht* 53
- Technische Schutzmaßnahmen
  - Umgehung* 149
- Teilweise gewerblich 264
- Teledienstedatenschutzgesetz 126
- Teledienstegesetz 126
- Telefon
  - steuerlich absetzen* 285
- Telemediendienst 331
  - Checkliste* 331
- Telemediengesetz 126
- Termin 204

Text  
    *Urheberrecht* 52  
Thumbnails 43  
Tierkreiszeichen 93  
Titelschutz 103  
Tonfolge  
    *Urheberrecht* 53  
Top-Level-Domain 111  
Trade Mark 115

## U

---

Überarbeitung 172  
Übereinstimmende Willenserklärungen  
    168  
Übernachungskosten 288, 289  
Übernahme 43  
Übungsleiterpauschale 292  
Umlageverfahren 234  
Umlaut-Domain-Registrierung 111  
Umsatz 278  
Umsatzsteuer 273, 297  
    *bei nicht erbrachten Leistungen* 192  
    *Rechnungen* 298  
    *vereinbarte Entgelte* 278  
    *vereinnahmte Entgelte* 278  
Umsatzsteuerbefreiung 297  
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer  
    197, 279  
Umsatzsteuersatz  
    *reduziert* 300  
Unbekannte Nutzungsart 184  
Unfallversicherung 232  
Unterlassungserklärung 319  
Unterlassungs- und Verpflichtungs-  
    erklärung 88  
    *Muster* 319  
Unternehmensgründung  
    *Anmeldung* 261  
    *Rechtsform* 249  
Unternehmenskredite 244  
Unternehmensname 266  
Unternehmer 221  
Urheber 26, 386  
    *im Arbeitsverhältnis* 28  
    *mehrere Personen* 27  
Urhebergesetz  
    *Strafrecht* 87  
Urheberrecht 21, 184  
    2010 29  
    *Animation* 45

*Bildfolge* 45  
    *Buy-Out* 31  
    *Computerprogramm* 46  
    *Datenbank* 41, 49  
    *Entstehung* 24  
    *Film* 44  
    *Fotos* 42  
    *Grafik* 41  
    *Icon* 42  
    *Illustration* 35  
    *internationaler Schutz* 25  
    *neue Nutzungsmöglichkeiten* 23  
    *neue Verordnungen* 29  
    *Piktogramme* 41  
    *qualitative Anforderungen* 24  
    *Quellcode* 48  
    *Schutzdauer* 24  
    *Screendesign* 37  
    *technische Grafik* 41  
    *Urhebervermerk* 25  
    *Werk* 22  
    *zweckgebunden* 78  
Urheberrechtsgesetz 385  
Urheberrechtsprozesse 87  
Urheberrechtsverletzung  
    *Honoraranspruch* 86  
    *Unterlassungsanspruch* 86  
    *Verbot der Verbreitung* 86  
Urheberrechtsverletzungen 84  
Urheberschaft 27  
    *Mitgesellschafter* 27  
Urheberschutz  
    *Layout* 36

## V

---

Verantwortlichkeiten  
    *Gesetzestexte* 382  
Vergütung 181  
Verlinkte Seite 149  
Verpackungen 104  
Versicherung 213  
    *freiwillige* 225  
    *gesetzlich* 225  
    *privat* 225  
    *sinnvoll* 225  
    *Tipps* 225  
Versicherungspflicht 221  
Vertrag  
    *Datenformate festlegen* 179  
    *Endbeträge* 208

*Festlegung* 169  
*Gewährleistung* 169, 179  
*Haftung* 169  
*Honorar* 181  
*Kernpunkte* 168  
*Klarheit* 208  
*Kompetenzen* 208  
*Kreationen Dritter* 185  
*Laufzeit* 207  
*Lieferzeiten bestimmen* 178  
*Lücken* 170  
*Notwendigkeit* 165  
*ohne* 170  
*Rücktritt* 203  
*Schadensersatz* 169  
*Was ist wichtig?* 207  
*Wirksamkeit* 168  
Vertragsabschluss 168  
Vertragsbestandteile 207  
Vertragsfreiheit 166, 167  
Vertragslaufzeit 226  
Vertragsschluss 167  
    *beweisen* 173  
    *Pflichten* 169  
Vertragsstrafe 208  
Vertragstyp 171  
Verwaltungsberufsgenossenschaft 233  
Verwertung 22  
Verwertungsgesellschaften 54, 82  
Verzugszinsen 198  
VFF 82  
VG-Bildkunst 82  
VG-Wort 82  
Vorauszahlungen  
    *Einkommenssteuer* 291  
Vorlagen  
    *Schutz* 81  
Vorsichtsmaßnahmen 245

## **W**

---

Webdesign  
    *Urheberrecht* 38  
Webdesigner  
    *Steuern* 273  
Webdesign-Vertrag  
    *Mustervertrag* 306  
Web-Hosting  
    *Mustervertrag* 313

Website  
    *Anbieterkennzeichnung* 128  
    *Impressum* 128, 330  
    *Inhalt* 128  
    *Pflichtangabe* 332  
    *Pflichtvermerke* 127  
    *Urheberrecht* 38  
Website-Angaben  
    *Checkliste* 330  
Weltmarke 116  
Werbeillustration 36  
Werbeprospekt  
    *Urheberrecht* 53  
Werberecht 157  
Werbeslogan 107  
    *Urheberrecht* 52  
Werbung  
    *E-Mail-Marketing* 157  
    *Internet* 157, 339  
    *Trennungsgebot* 160  
    *Verbote* 161  
Werk 21  
    *Bearbeitung* 79  
    *persönliche Identifikation* 23  
    *Veränderungen* 79  
    *zweckgebunden vs. zweckfrei* 35  
Werkvertrag 82, 166, 171  
    *Gesetzestexte* 354  
    *Regelungen* 172  
Wettbewerbsrecht 33, 119  
    *ergänzender Rechtsschutz* 119  
Wettbewerbsverbot 209  
Wetterkarten 93  
Widerrufsbelehrung 139  
    *Abmahnung* 140  
    *Checkliste* 333  
    *Musterformular* 141  
    *Textform* 139  
    *Wertersatz* 140  
    *Widerrufsfrist* 139  
    *Zeitpunkt* 139  
Widerrufsfolgen 334  
Widerrufsrecht 333

## **Z**

---

Zahlungsverzug 196  
Zahlungsziel 198  
Zusatzleistungen 82