

Aktuelles zur
380-kV-Salzburgleitung

Seite 36

 Ab 1. März gelten neue Preise für
Zigaretten und Zigarren

Seite 36 und 37

Das Unterrichtsministerium schreibt

Direktionsstellen aus

Seiten 37 und 38

Der Zeitplan für die Einführung eines modernen Urheberrechtes in Österreich wackelt

Neues Urheberrecht: Bitte warten?

 Von **Andrea Möchel**

■ Beim geplanten neuen Urheberrecht sind die Fronten der Lobbys verhärtet.

Wien. Der vom Justizministerium für Frühjahr 2013 angekündigte Entwurf für eine Novelle des österreichischen Urheberrechts lässt weiter auf sich warten. „Frau Minister Karl will den Zeitplan zwar einhalten, garantieren können wir das aber nicht“, räumt Ministeriums-Sprecher Christian Wigand im Gespräch mit der „Wiener Zeitung“ ein. „Unser erklärtes Ziel ist eine breite Diskussion mit allen beteiligten Interessensgruppen, um zu vernünftigen Ergebnissen zu kommen.“ Nachsatz: „Davon sind wir derzeit aber leider noch weit entfernt.“ Laut Ministerium sind vor allem die geplante Festplattenabgabe und die Frage der Rechtsdurchsetzung im Internet jene Punkte, „die sich sehr zäh gestalten“.

Streit um Datenauskunft

Wie einem detaillierten Arbeitspapier des Ministeriums zu entnehmen ist, sollen Rechteinhaber künftig ein Auskunftsrecht gegenüber Internet-Providern erhalten. Vorgesehen ist, dass jene Daten, die Provider zu Verrechnungszwecken von ihren Kunden speichern, an jene Personen, die in ihren Urheberrechten verletzt werden, weitergeben müssen. Nach Erteilung eines gerichtlichen Auftrags haben Provider demnach darüber Auskunft zu geben, welchem Namen und welcher Anschrift eine öffentliche IP-Adresse zugewiesen ist, von der aus „illegale Uploads“ erfolgt sind. „Bloße Downloads sind von dieser Auskunftsregelung nicht erfasst“, beruhigt Ralf Brditschka, Rechtsanwalt und Urheberrechtsexperte der Kanzlei Hasch und

Partner. „Sobald man jedoch Daten anderen Internetnutzern zur Verfügung stellt, ohne die Rechte für diese Uploads zu besitzen, würde diese Regelung greifen.“ Bürgerrechtsgruppen und Internet-Anbieter lehnen diesen Punkt im ministeriellen Vorentwurf vehement ab. Sie befürchten Rechtsunsicherheiten und den Zugriff auf jene Vorratsdaten, die eigentlich zur Terrorismusbekämpfung gesammelt werden.

Verhärtet sind die Fronten auch bei der geplanten Festplattenabgabe auf elektronische Speichermedien. Demnach wäre beim Kauf von Computerfestplatten, USB-Sticks oder Smartcards eine Urheberrechtsabgabe zu entrichten. Damit sollen die Urheber pauschal dafür abgegolten wer-



den, dass urheberrechtlich geschützte Inhalte auf diesen Speichermedien für private Zwecke gespeichert und verwendet werden. Ein striktes „Nein“ kommt hierzu vom Handel, der IT-Industrie, den Mobilfunkbetreibern und der Arbeiterkammer. „Die Diskussion über eine Urheberrechtsabgabe, die sich auf einzelne Länder beschränkt, greift zu kurz“, lobbyiert etwa die „Plattform für ein modernes Urheberrecht“, ein Dialogforum führender IT-Unternehmen, für eine europaweite Lösung. Für heimische Kunstschaf-



Protestmarsch für eine Festplattenabgabe: Österreichs Kunstschaffende forderten im Oktober 2012: „Wer Kunst will, soll sie bezahlen.“ Foto: apa

fende kommt das einer gefährlichen Drohung gleich. „Die Festplatte ist das Speichermedium, auf dem heute urheberrechtlich geschützte Werke gespeichert werden, und die fehlende Abgeltung bedroht die wirtschaftliche Existenz vieler Kunstschaffender“, stellt Gerhard Ruiss, Autor und Mitinitiator der Initiative „Kunst hat Recht“, klar. „Deutschland, Frankreich, Schweden und Holland heben die Festplattenabgabe bereits ein, Österreich hinkt hier nach.“

Schützenhilfe bekommt Ruiss aus dem Justizministerium. „Man kann auf eine europäische Regelung, deren Umsetzung bis zu fünf Jahre dauern kann, angesichts der schwindenden Einnah-

men für Künstler nicht warten“, verteidigte Sektionschef Georg Kathrein die Festplattenabgabe erst kürzlich bei einer Diskussionsveranstaltung in Wien.

Vertane Chance?

Nationale Alternativen zur Festplattenabgabe wie eine Content-Abgabe, eine allgemeine Kulturabgabe oder eine Kulturflatrate auf Internetanschlüsse betrachten die Kunstschaffenden nicht grundsätzlich negativ. Aber, sagt Ruiss: „Wir Künstler brauchen jetzt eine Lösung und sind dann bereit, über weitere Modelle für die Zukunft zu sprechen.“

„Auffallend ist, dass das ministerielle Arbeitspapier keine zusätzlichen Regelungen betreffend

das Urhebervertragsrecht vorsieht“, bedauert Anwalt Brditschka. Das Urhebervertragsrecht sei in Österreich derzeit nur sehr schwach ausgeprägt, was die Position der Urheber gegenüber den Rechteinhabern (Verlage, Plattenfirmen) schwächt. „Ein Blick nach Deutschland, wo das Urhebervertragsrecht stärker ausgeprägt ist, würde eine Erweiterung des Urhebervertragsrechts in Österreich nahelegen“, betont Brditschka. „Die Urheber verfügen in Österreich aber offensichtlich über keine derart starke Lobby, sodass ihr Interesse nach einem zeitgemäßen und umfassenden Urhebervertragsrecht Eingang in das ministerielle Arbeitspapier gefunden hätte.“ ■

Etats & Kampagnen

co2 gewinnt Pitch für die junge Linie von Depilan
Ab März 2013 wird die Range des Enthaarungsexperten Depilan um eine Produktgruppe erweitert: Fruity Mix soll die jüngste Verwendergruppe von Enthaarungsprodukten ansprechen. Den Design-Pitch entschied die Wiener Werbe- und Designagentur co2 für sich.

Pixelart kreiert Dachmarke „Hagleitner Family“
Mit einem integrativen Gesamtkonzept hebt die Salzburger Werbeagentur pixelart communication die neue Marke „Hagleitner Family“ aus der Taufe. Diese vereint unter dem Motto „Welcome to the family!“ das Hotel Hagleitner

mit Ausrichtung auf Kinder und Familie und das Hotel Mavida mit Schwerpunkt Design und Wellness unter einem Dach. Das Team von pixelart um Kreativgeschäftsführer Alex Aichner zeichnet hierbei sowohl für die strategische Markencreation als auch für den optischen Auftritt von Hagleitner Family verantwortlich.

OGH neuer Kunde von Purtscher RelationsPR
Die Wiener PR-Agentur Purtscher Relations freut sich über einen neuen Kunden. Das Team rund um Geschäftsführerin Carola Purtscher unterstützt seit kurzem den Obersten Gerichtshof (OGH) in seinen Kommunikationsagenden.

Weltmarktführer schlagen weiße Pferde und Sachertorte

■ Initiative „21st Austria“ kämpft gegen Österreich-Klischee im Ausland.

Wien. Die Unwissenheit über den Wirtschaftsstandort Österreich im angloamerikanischen Raum hat Firmenchefs vor einem Jahr dazu bewogen, die Initiative „21st Austria“ zu gründen. „Im ersten Jahr gab es bereits 90 Treffen zwischen heimischen Firmenchefs und wichtigen Kommunikatoren aus Großbritannien und den USA und eine Veranstaltung in Wien“, zog der frühere Böhler-Udholm-Chef und Sprecher der In-

itiative, Claus Raidl, vor Journalisten die erste positive Bilanz. Ein Themenschwerpunkt des heurigen Jahres ist die Werbung mit heimischen Weltmarktführern. Österreich werde im Ausland sehr historisch gesehen. „Die Leute assoziieren weiße Pferde und die Sachertorte mit unserem Land, aber sehen unser Land nicht als bedeutenden Wirtschaftsstandort“, sagte Voestalpine-Chef Wolfgang Eder. Dies soll

sich mit der Präsentation von den sogenannten „Hidden Champions“, den weltmarktführenden Unternehmen, nun ändern. Weiters will die Initiative im kommenden Jahr über den für Österreich sehr wichtigen osteuropäischen Raum aufklären, denn im angloamerikanischen Raum werde das Osteuropa-Know-how von Österreich unterschätzt und häufig sehr kritisch beurteilt. Aktuell sind 16 Unternehmen bei „21st Austria“ dabei, die jeweils 3500 Euro monatlich zur Finanzierung beisteuern. ■ www.21st-austria.at