

Mythos Schriftlizenzen - Alles was man wissen muss



Von Ralf Herrmann | Views: 119263

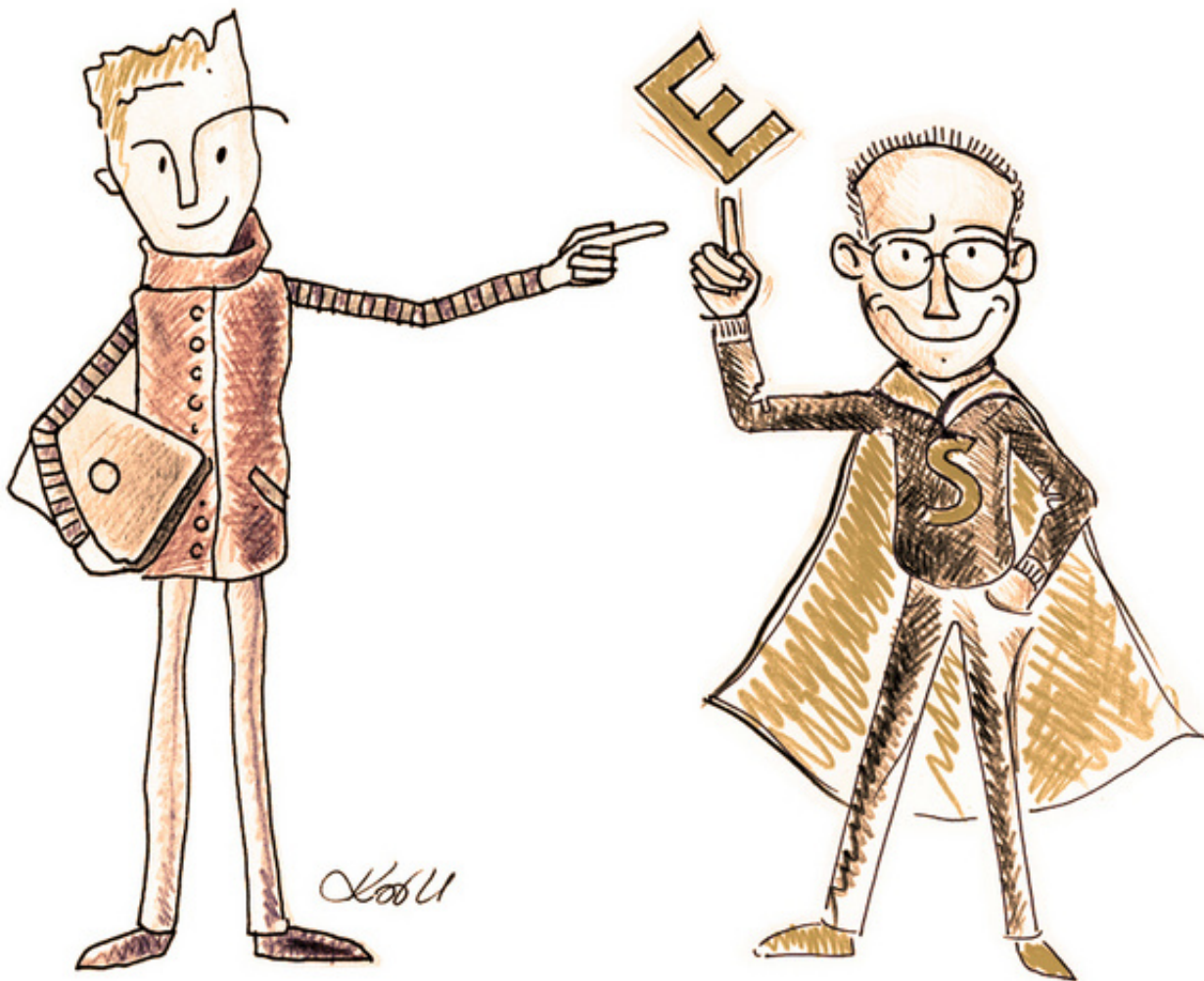
Dezember 22, 2010

Für Anwender von kommerziellen Schriften sind sie eigentlich eine Selbstverständlichkeit. Dennoch zeigen viele Diskussionen in unserem Forum immer wieder: selbst erfahrende Schriftnutzer in etablierten Designbüros sind sich über grundlegende Prinzipien der Schriftlizenzierung nicht im Klaren und es kommt daher in der täglichen Anwendung immer wieder zu Problemen. Dieser Artikel soll deshalb nicht nur Schriftlizenzen an sich erklären, sondern auch die mit ihnen einhergehenden, typischen Probleme aus der Praxis beleuchten.

Die Grundlagen

Auch wenn man es umgangssprachlich häufig anders hört: Digitale Schriften (Fonts) werden nicht *gekauft*. Man erwirbt keine Fonts, sondern nur ein *Nutzungsrecht* an ihnen. Dies ist keine sprachliche Spitzfindigkeit, sondern die Unterscheidung zwischen dem Erwerb einer Sache und der Lizenzierung einer Software ist gerade der Kern vieler Missverständnisse rund um dieses Thema.

Schriftlizenzen sind Nutzungsverträge für Software. Man erwirbt das Recht auf eine Nutzung, deren Bedingungen in den Nutzungsvereinbarungen (kurz EULA - End User License Agreement) geregelt sind. Der Nutzungsvertrag kommt daher immer zwischen zwei Parteien zustande: dem Lizenzgeber (Schriftenanbieter) und dem Lizenznehmer (Schriftenanwender).



Der Schriftenanbieter macht ein Angebot, eine bestimmte Schrift zu bestimmten Bedingungen und zu einem bestimmten Preis zur Nutzung zur Verfügung zu stellen. Der Schriftenanwender kann dieses Angebot durch seine Online-Transaktion annehmen und damit den Nutzungsvertrag abschließen.

Man beachte auch die korrekte Ausdrucksweise: Auch wenn das Schließen des Nutzungsvertrages in der Regel durch den Schriftanwender aktiv im Webshop des Schriftanbieters ausgeführt wird, beschreibt der Vorgang des *Lizenzierens* immer nur das *Ausstellen* der Lizenz durch den Lizenzgeber. Der Schriftanwender lizenziert eine Schrift nicht, er *lässt* sie sich (durch den Lizenzgeber) lizenzieren.

Der dritte im Bunde

In der Regel mischt aber noch eine dritte Partei mit. Nämlich der Kunde, in dessen Auftrag die Designagentur arbeitet. Und in diesem Dreiecksverhältnis entstehen nicht selten Probleme. Dies geht schon bei der Frage los, in wessen Namen nun eigentlich die Schriften lizenziert werden sollen. Immer wieder taucht die Meinung auf, dass Schriftlizenzen nicht auf die Designagentur, sondern auf den Kunden selbst ausgestellt werden müssten, da er ja für den Auftrag bezahlt. Dies lässt sich ganz klar verneinen.

Lizenznehmer muss immer der tatsächlich *Nutzer* der Schrift sein. Und dies ist bei Software-Lizenzen also derjenige, bei dem die Software tatsächlich *installiert* ist. Soll die Schrift auf den Rechnern der Designagentur zur Erfüllung des Auftrages installiert werden, muss also die Nutzungslizenz auch auf die Designagentur selbst ausgestellt sein.

Der Geldfluss zwischen Kunde, Designer und Schriftanbieter

Wie der Geldfluss zwischen diesen drei Parteien abläuft, kann von Fall zu Fall unterschiedlich sein. Als Nutzer der Schrift-Software muss die Designagentur zunächst einmal den Preis der Nutzungslizenz an den Schriftanbieter zahlen. Die Designagentur hat nun die Wahl, ob sie:

- die Kosten für die Lizenz allein begleicht, weil sie die Schrift ohnehin für verschiedene Aufträge und Kunden gebrauchen kann.
- die Kosten für die Lizenz direkt und in der Abrechnung sichtbar an den Kunden weitergibt.
- die Kosten versteckt (z.B. innerhalb von Arbeitskosten) an den Kunden weitergibt.

Alle drei Varianten sind rechtlich völlig korrekt und die Entscheidung liegt allein im Ermessen der Designagentur. Und noch viel wichtiger: Egal für welche Variante sich die Agentur entscheidet: dies berührt in keiner Weise die Nutzungslizenz und den Verbleib der Schriften. Insbesondere aus der direkten Weitergabe der Kosten an den Kunden wird oft abgeleitet, dass:

- die Agentur die Schriften dann nicht mehr für andere Kunden einsetzen dürfe.
- der Kunde nun durch seine Zahlung ein Anrecht auf die Auslieferung der Fontdateien hätte.

Beides kann klar verneint werden. Für den Nutzungsvertrag ist es völlig unerheblich, in welcher Weise das Geld geflossen ist. Die Designagentur kann die Schrift als Lizenznehmer jederzeit für beliebig viele Kunden und beliebig viele Aufträge einsetzen. Der Kunde hat durch seine Zahlung allenfalls die Erfüllung des Auftrages durch die Designagentur ermöglicht. Er hat selbst keinerlei Anrecht auf die Nutzung der Schrift und muss, wenn er zum Beispiel die gerade neu festgelegte Corporate-Design-Schrift auf den eigenen Rechnern nutzen möchte, eine separate Lizenz erwerben.

Designagenturen sollten dies berücksichtigen, wenn sie zum Beispiel Corporate-Design-Materialien oder offene Daten an ihre Kunden ausliefern. Nicht selten findet sich darin ein Ordner »Fonts«. Dies ist allerdings nur bei exklusiven Hausschriften möglich. Bei herkömmlichen kommerziellen Schriften ist dies eine unberechtigte Weitergabe an Dritte, die das Erlöschen des Nutzungsvertrages und eine zivil- oder strafrechtliche Verfolgung nach sich ziehen kann.



Wer ist nutzungsberechtigt?

Berechtigt zum Einsatz der Schriftsoftware ist ausschließlich der Lizenznehmer selbst. Dies können Einzelpersonen sein (Selbstständige, GbRs etc.) oder juristische Personen (GmbHs, Aktiengesellschaften etc.). Nur auf deren Rechnern dürfen die Fonts installiert werden. Jegliches »verleihen« an Dritte, auch testweise oder zu privaten Zwecken ist somit von vornherein ausgeschlossen.

Lizenzgröße

Die Anzahl der gleichzeitig nutzbaren Installationen ist bei Standardlizenzen in der Regel auf eine bis fünf beschränkt. Anderenfalls müssen separate Multi-Lizenzen erworben werden.

Bei einer Standardlizenz bedeutet dies also, dass etwa in einem Designbüro die Schriften nie auf mehr als fünf Rechnern gleichzeitig verfügbar gemacht sein dürfen. Entweder ist der Font auf maximal fünf Rechnern installiert oder ein Fontmanagement-Server sorgt dafür, dass nie mehr als fünf Benutzer den Font gleichzeitig aktivieren können.

Lizenzsplitting

Aus den letzten beiden Punkten folgt auch, dass es nicht möglich ist, die Lizenzanzahl zwischen verschiedenen Parteien aufzusplitten. Mehrere selbstständige Designer können sich also nicht einen Fünferlizenz »teilen« und auch an andere juristische Personen können keine Teillizenzen weitergegeben werden.

Wenn die *Kapitälchen GmbH* in Köln sich Schriften lizenzieren lässt, darf sie also der *Schusterjungen GmbH* in Berlin keine Lizenzen abgeben, selbst wenn beide unter dem gemeinsamen Dach der *Spatium Gruppe* auftreten. Jede Einzelperson oder juristische Person benötigt ihre eigene Lizenz.

Die Freelancer-Falle

Gerade im Designbereich werden immer mehr Aufträge an selbstständige Designer (oder andere Subunternehmer) herausgegeben. Diese erhalten dann zur Erfüllung des Auftrages sämtliche Projektdateien. Gehören dazu auch Schriften? Nein!

So wie der Selbstständige keine Kopie von Adobe InDesign zur Erfüllung des Auftrages zur Verfügung gestellt bekommt, so darf er auch die Schriften nicht erhalten. Denn der Selbstständige (bzw. sein Rechner) gehören nicht zum eingetragenen Lizenznehmer und somit besteht auch keinerlei Nutzungsrecht für die verwendeten Schriften, selbst wenn der Auftraggeber die Schriften selbst ordnungsgemäß lizenzieren ließ.

Der Selbstständige handelt in allen Belangen auf eigene Rechnung und ist also auch für den Erwerb der Nutzungslizenzen an den verwendeten Materialien selbst verantwortlich. Er kann die Kosten dafür natürlich wie oben schon beschrieben an seinen Auftraggeber weiterreichen. Im Zweifel kann dies natürlich bedeuten, dass sich durch die doppelt anfallenden Lizenzkosten die Beauf-

tragung des Selbstständigen gar nicht mehr rentiert, aber dieses Problem müssen nicht die Schriftanbieter lösen. Dann muss sich der Auftraggeber eher fragen, ob es wirklich eine gute Idee war, auf selbstständige statt auf festangestellte Mitarbeiter zu setzen.

Sonderfall Druckereien

Auch Druckereien sind im Sinne des Lizenzrechts zunächst einmal Dritte, die als eigenständige juristische Personen selbst für ihre Software-Lizenzen aufkommen müssen. Da es aber lange Zeit unumgänglich war, Druckdaten offen (also mit allen Bildern und Schriften) an Druckereien zu liefern, haben sich einige Schriftanbieter entschlossen, die Weitergabe an Druckereien zu gestatten. Die Nutzung durch die Druckerei darf dann natürlich ausschließlich zum Zwecke der Fertigung dieser Drucksache erfolgen.

Da aber heute Druckvorlagen in den allermeisten Fällen nur noch als PDF ausgeliefert werden, gestatten einige EULAs die Weitergabe an Druckereien nicht mehr. Hier kann also keine allgemeine Empfehlung gegeben werden. Man muss vor der Weitergabe von Fonts an Druckereien die Lizenzbedingungen des jeweiligen Schriftanbieters prüfen.



Weiterverkauf

Materielle Güter lassen sich relativ leicht veräußern. Die Sache wird ausgehängt und der Wechsel des Eigentums lässt sich durch einen Kaufvertrag belegen. Bei digitalen Gütern und Nutzungsverträgen ist dies nicht ohne Weiteres möglich. Für den Lizenzgeber sollte zu jeder Zeit klar ersichtlich sein, wer der tatsächliche Nutzer ist. Soll eine Schriftlizenz an Dritte abgetreten werden, so sollte dies im Einverständnis und unter Beteiligung des Lizenzgebers erfolgen. Die Schrifthersteller bieten dazu entsprechende Formulare an.

Wirksamkeit

Immer wieder wird die rechtliche Wirksamkeit der Nutzungsbedingungen von Software angezweifelt. Dies macht auch vor digitalen Schriften nicht halt. Nicht selten liest man im Internet, dass die Nutzungseinschränkungen einer EULA gänzlich oder in bestimmten Ländern nicht rechtswirksam seien oder sogar, dass man ja durch die Bezahlung *Eigentümer* der Fonts wäre und somit mit ihnen ohnehin mache könnte, was man wolle.

Diese Mythen haben ihren Ursprung aber in einem ganz anderen Fall: Kauft nämlich zum Beispiel eine Privatperson in einem Computerladen eine neue Version von Windows, wird der Kaufvertrag abgeschlossen, ohne dass man die Lizenzbedingungen vorher einsehen konnte, weil sie sich in der verschweißten Verpackung befinden. Dies ist natürlich anfechtbar. Genauso wie Aufschriften, die besagen, dass man sich allein durch das Öffnen der Verpackung den Lizenzbedingungen unterwirft, die man auch zu diesem Zeitpunkt noch gar nicht einsehen konnte.

Auf die übliche Lizenzierung von Schrift über das Internet trifft diese Problematik allerdings nicht zu. Während des Bestellvorgangs wird dem Anwender der volle Lizenztext zur Ansicht präsentiert und dadurch werden die Nutzungsbedingungen rechtswirksam, sobald der Anwender den Kauf abschließt.

Die leidigen Einschränkungen

Schriften-EULAs genießen keinen besonders guten Ruf unter den Anwendern: zu juristisch verklausuliert, bei jedem Anbieter unterschiedlich und voller Einschränkungen. Der Tenor scheint zu sein: »Da zahlt man schon so viel Geld für eine Schrift und dann wird einem auch noch alles verboten!«

Tatsächlich war die Schriftnutzung nie günstiger als heute. Im Bleisatz musste man noch das teure Material bezahlen und die Schriften nutzten sich schnell ab. Im Fotosatz konnten die Preise durch die proprietären Satzsysteme künstlich hochgehalten werden. Durch digitale Schriften sind die Preise drastisch gefallen und der Trend hält auch in den letzten 20 Jahren Desktop Publishing weiter an, auch wenn moderne OpenType-Fonts auf den ersten Blick etwas teurer

erscheinen. Dies liegt aber meist nur an dem großen Zeichenvorrat, der früher auf unzählige Einzelfonts verteilt war.

Und im Gegensatz zu den meisten Foto- und Filmrechten, sind Druckschrift-Lizenzen nicht auflagenabhängig. Mit einer einzigen Schriftlizenz für 30 Euro können Millionen von Drucksachen produziert oder das Logo eines global agierenden Konzerns entwickelt werden, ohne dass dies irgendwelche Mehrkosten verursachen würde.

Und wenn man die Bedingungen einer Font-EULA als unnötige, zusätzliche Einschränkungen versteht, verdreht man Ursache und Wirkung. Tatsächlich ergibt sich nämlich der niedrige Preis einer Schriftlizenz eben gerade aus den aufgestellten Lizenzbedingungen.

Die Auslieferung von Schriften an die Anwender beinhaltet für den Schriftanbieter Risiken, insbesondere bezüglich der bekannten Problematik des Raubkopierens. Deshalb drehen sich viele Punkte in einer EULA um Schrifteinbettung, Weitergabe an Dritte, Änderungen des Fonts oder die Nutzung und Verfügbarmachung im Internet.

Würde man allen Kunden alles erlauben, müssten die zu erwartenden Verluste durch alle Kunden aufgefangen werden. Die wenigen ehrlichen Käufer müssten astronomische Lizenzpreise zahlen. Daher gehen Standard-EULAs nicht von dem aus, was alles möglich wäre, sondern von typischen Anwendungen. Sie sind das klassische Produkt »vor der Stange«. Da ein kleines Designbüro wahrscheinlich nicht hunderte von Lizenzen und Web-2-Print-Server benötigt, können diese Dinge aus der Standard-EULA gestrichen und die Preise somit niedrig gehalten werden. Wer diese Dinge jedoch benötigt, kann sich eine separate Lizenz ausstellen lassen. Genau so, wie wenn ein Autovermieter die Risiken für eine Fahrt ins osteuropäische Ausland nicht allen Kunden gleichermaßen auferlegt, sondern eine solche Nutzung in den Standardnutzungsbedingungen ausschließt und nur auf Anfrage mit zusätzlichen Nutzungskosten ermöglicht. Sollten die Standard-EULAs einmal nicht zum anvisierten Projekt passen, sollte man deshalb nicht zögern, den Schriftanbieter zu kontaktieren. Das Ausstellen von abweichenden Lizenzen ist fast immer möglich.

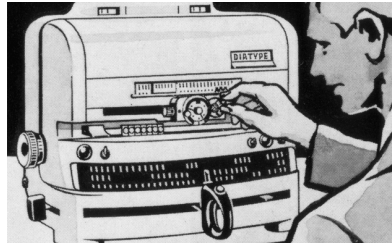
(Illustrationen: Kathrin vdm)

Weitere Artikel, die dich interessieren könnten:

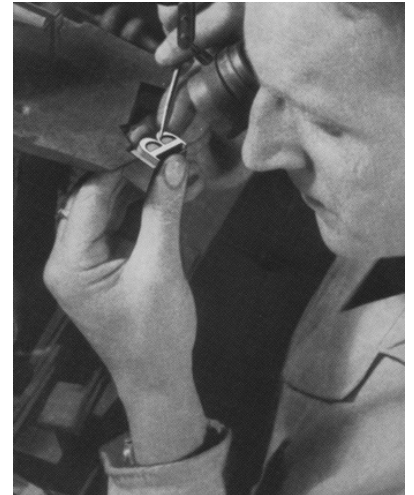


Nutzungsvertrag für
Schriften-Software

Artikelserie zu
Schriftlizenzen: Teil
1. Warum werden
Schriften lizenziert?



Artikelserie zu
Schriftlizenzen: Teil
2. Wie definiert man
Fontnutzung?



Artikelserie zu
Schriftlizenzen: Teil
3. Der gestalterische
Schutz von Schriften



Artikelserie zu
Schriftlizenzen: Teil
4. Sind Fonts Soft-
ware?



Vorheriger Artikel:

[Lato von Łukasz Dziedzic als Open Source](#)

Nächster Artikel:

[Buchreihe I love Type](#)

[Startseite](#) > [Artikel](#) > [Fachartikel](#) > [Mythos Schriftlizenzen - Alles was man wissen muss](#)

[Neues](#)

Typografie-Bestseller
aus dem Verlag
Hermann Schmidt

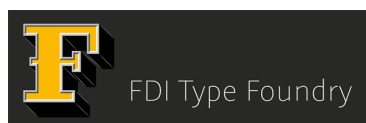


[Datenschutzerklärung](#) [Nutzungsbedingungen und Impressum](#)

Powered by [Invision Community](#)

Typografie.info – Die
meistbesuchte deutsch-
sprachige Typografie-
Website.

- [Über Typografie.info](#)
- [Hier werben](#)



Unterstützt durch FDI Type

Folge uns gern auch
hier:

[RSS](#) [Feedly](#)

[YouTube](#)

[Facebook](#)

[Twitter](#)

[Instagram](#)

Aus dem Typografie-Netzwerk des Schriftkontors Ralf Herrmann.

[FDI Type Foundry](#) • [Typography.Guru](#) • [Letter Library](#)