Marco Maffucci

Weshalb TV-Formate nicht geschützt sind – Eine urheberrechtliche Analyse mit Blick auf die internationale Rechtsprechung

Mit der Frage der urheberrechtlichen Schutzfähigkeit von TV-Formaten hat sich bisher noch kein Schweizer Gericht auseinandergesetzt. Eine Antwort auf diese Frage ist aber entscheidend dafür, ob Fernsehsender bei der Entwicklung neuer TV-Formate bestehende, auch internationale Formate einfach nachahmen dürfen oder ob sie damit die Urheberrechte des Entwicklers des Originalformats verletzen. Der vorliegende Beitrag wirft einen Blick über die Landesgrenzen und setzt sich mit der einschlägigen ausländischen Rechtsprechung auseinander.

Aucun tribunal suisse ne s'est encore penché sur le sujet de la protection des formats télévisuels par le droit d'auteur. Il est pourtant crucial qu'une réponse soit apportée à la question de savoir si les chaînes de télévision peuvent développer de nouveaux formats télévisuels qui ne sont que de simples imitations de formats existants, y compris parmi ceux développés à l'étranger, ou si, en ce faisant, elles portent atteinte aux droits d'auteur du créateur du format original. Le présent article porte son regard au-delà des frontières nationales et se penche sur la jurisprudence étrangère en la matière.

I. Einleitung

II. Sind TV-Formate in der Schweiz urheberrechtlich geschützt?

III. Ausländische Präjudizien
1. Deutschland
2. USA
3. Vereinigtes Königreich
4. Niederlande
5. Brasilien

IV. Was bringt eine Formatlizenz?

I. Einleitung

> *«All creators draw in part on the work of those who came before, referring to it,building on it, poking fun at it; we call this creativity, not piracy.»*[1]

Die Lizenzierung von TV-Formaten ist weltweit ein Milliardenmarkt.[2] Die meisten lizenzierten Unterhaltungsformate werden im Vereinigten Königreich, in den USA, den Niederlanden, in Argentinien, Schweden und Deutschland entwickelt.[3] «Wer wird Millionär?», das im Jahr 1998 erstmals auf dem britischen Sender ITV ausgestrahlt wurde, und «Big Brother», das im Jahr 1999 in den Niederlanden Premiere feierte, stellen zwei der international erfolgreichsten Fernsehformate dar, die bis heute an Fernsehsender in über 100 Ländern lizenziert wurden. In der Schweiz zählen derzeit «1 gegen 100»[4] (SRF), «Der Bachelor»[5] (3+) und «Sing meinen Song – Das Schweizer Tauschkonzert»[6] (TV24) zu den wohl bekanntesten Fernsehsendungen, die auf internationalen Formaten basieren und von den jeweiligen Sendern für den Schweizer Markt lizenziert und adaptiert wurden.

Obwohl die Nachahmung bestehender TV-Formate in der Fernsehbranche weit verbreitet und grundsätzlich akzeptiert ist, suchen die Produzenten vor allem aus wirtschaftlichen Interessen nach Möglichkeiten, ihre Formatentwicklungen und damit ihre Investitionen bestmöglich zu schützen.[7] Aufgrund des Territorialitätsprinzips unterliegen Streitigkeiten über Urheberrechtsverletzungen dem Recht des Landes, in dem der Schutz beansprucht wird.[8] Der Aus-

Marco Maffucci, lic. iur., Rechtsanwalt, LL.M., Legal Counsel von SRF Schweizer Radio und Fernsehen, Zürich.

1 *White v. Samsung Elecs. Am., Inc.*, 989 F.2d 1512, 1515 (9th Cir. 1993) (Kozinski, A., dissenting).
2 S. Bechtold, The Fashion of TV Show Formats, Michigan State Law Review 2013, 455.
3 J.K. Chalaby, The advent of the transnational TV format trading system: A global commodity chain analysis, in: Media, Culture & Society, 2015, 9–10.
4 «1 gegen 100» basiert auf der niederländischen Gameshow «Eén tegen 100», die u.a. auch in den USA von NBC unter dem Titel «1 vs. 100» ausgestrahlt wurde.
5 Das von Warner Bros. Entertainment entwickelte Format heisst im Original «The Bachelor» und wurde erstmals auf dem amerikanischen TV-Sender ABC ausgestrahlt.
6 Die Sendung basiert auf dem niederländischen Format «De beste zangers van Nederland».
7 Bechtold (Fn. 2), 512.
8 Vgl. Art. 5 Abs. 2 Berner Übereinkunft (SR 0.231.15); Art. 8(1) Verordnung (EG) Nr. 864/2007 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Juli 2007 über das auf ausservertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht (Rom II); vgl. auch P. Goldstein/B. Hugen-

© 2024 sic! Stiftung, Bern / Helbing Lichtenhahn Verlag, Basel
Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwertung in anderen als in den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der schriftlichen Zustimmung des Verlages.
Tous droits réservés. Toute représentation ou reproduction, intégrale ou partielle, faite sans le consentement préalable de la maison d'édition, est interdite.
Auch auf www.legalis.ch und swisslex.ch / Également sur www.legalis.ch et swisslex.ch

gang von Gerichtsverfahren ist daher oft ungewiss und kann sich von Land zu Land erheblich unterscheiden, wie noch zu zeigen sein wird.

Dieser Beitrag konzentriert sich auf ungeskriptete, nonfiktionale Fernsehunterhaltungsformate. Dazu zählen vor allem Gameshows, Castingshows, Reality-TV-Shows und andere Formate aus dem Bereich Factual Entertainment. Ungeskriptet bedeutet, dass die Produktion ohne Drehbuch oder Skript auskommt.

Eine Legaldefinition des Begriffs «TV-Format» gibt es nicht.[9] Selbst die Fernsehbranche kennt keine allgemeingültige Definition. Grundsätzlich kann ein TV-Format beschrieben werden als ein TV-Sendungskonzept, das sich durch die Gesamtheit seiner charakteristischen Elemente auszeichnet und an Produktionsfirmen oder Fernsehsender ausserhalb des Ursprungslandes zur lokalen Adaption lizenziert werden kann.[10] Mögliche Bestandteile eines TV-Formats sind üblicherweise die Handlung, die Handlungsstränge, die Stimmung, die Schauplätze, die Musik, die Spielregeln, die Grafiken, die Abfolge der Ereignisse und die Produktionsrichtlinien.[11]

II. Sind TV-Formate in der Schweiz urheberrechtlich geschützt?

Soweit ersichtlich, hat sich noch kein Schweizer Gericht mit der Frage der urheberrechtlichen Schutzfähigkeit von Fernsehformaten auseinandergesetzt. Im Jahr 2009 klagte zwar das britische Produktionsunternehmen FremantleMedia Ltd. vor dem Handelsgericht Aargau gegen die damalige Betreibergesellschaft des Schweizer Senders 3+. Es machte geltend, dass das Schweizer Format «Bauer, ledig, sucht …» dem britischen Original «The Farmer Wants A Wife» zu ähnlich sei und damit gegen das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) verstosse.[12] Die Parteien schlossen schliesslich einen Vergleich.[13]

Gemäss Art. 1 Abs. 1 lit. a URG regelt das Urheberrechtsgesetz den Schutz der Urheber und Urheberinnen von Werken der Literatur und Kunst. Nach der Legaldefinition in Art. 2 Abs. 1 URG sind Werke, unabhängig von ihrem Wert oder Zweck, geistige Schöpfungen der Literatur und Kunst, die individuellen Charakter haben. Blosse Ideen und Konzepte geniessen keinen urheberrechtlichen Schutz, sondern nur deren konkrete Darstellung in individueller Form.[14] Aufgrund des oft wenig konkret ausgeformten Charakters von TV-Formaten sind sie nach vorliegend vertretener Auffassung – namentlich mit Verweis auf die deutsche Rechtsprechung (vgl. nachfolgend Kap. III.1) – als urheberrechtlich nicht geschützte abstrakte Ideen bzw. Konzepte ohne Werkcharakter zu qualifizieren.[15] Es ist daher wahrscheinlich, dass auch Schweizer Gerichte einem TV-Format den urheberrechtlichen Schutz absprechen würden.

Sehen sich Schweizer Gerichte mit Fragestellungen konfrontiert, die noch nicht beantwortet wurden, können ausländische Präjudizien eine massgebende Rolle bei der Entscheidfindung spielen. Ein Blick über die Landesgrenzen auf die internationale Rechtsprechung drängt sich daher auf.

III. Ausländische Präjudizien

1. Deutschland

Bereits im Jahr 1980 hat sich der Bundesgerichtshof (BGH) erstmals mit der Frage der urheberrechtlichen Schutzfähigkeit eines Fernsehunterhaltungsformats befasst.[16] Dabei ging es um die Quizsendung «Dalli Dalli», die von 1971 bis 1986 im ZDF ausgestrahlt und von Hans Rosenthal moderiert wurde. Der BGH verneinte einen Urheberrechtsschutz mit der Begründung, dass es bei einer Zusammenfügung von Musik- und Gesangsdarbietungen, Bühnenszenen, Reportagen, Interviews, Ansage- und Spielleitertätigkeit in einer Unterhaltungssendung regelmässig an einer formgebenden Einheit fehle, und aberkannte dem TV-Format den Werkcharakter. Es könnten lediglich die einzelnen Darbietungen einer Unterhaltungssendung jeweils im konkreten Fall Werkcharakter haben.

Ein weiterer Fall betraf die Fernsehsendung «Kinderquatsch mit Michael», die von 1991 bis 2003 in der ARD ausgestrahlt und von Michael Schanze moderiert wurde.[17] Der französische Sender France 2 klagte wegen angeblicher Verletzung seiner Urheberrechte am TV-Format «L'école des fans». Das Konzept beider Sendungen besteht im Wesentlichen darin, dass Kinder im Alter von vier bis sechs Jahren von einem Moderator interviewt werden, bevor sie auf einem Podest auf der Bühne ein Lied vortragen. Ein prominenter musikalischer Gast singt ebenfalls ein Lied und verteilt zum Schluss Geschenke an die Kinder. Bevor die Sendung im deutschen Fernsehen ausgestrahlt wurde, bot die französische Produktionsfirma das Format dem deutschen Sender an, der es jedoch ablehnte, einen Lizenzvertrag zu schliessen.

Gemäss dem BGH sei die Gesamtheit der Gestaltungselemente, die nach der Behauptung der Klägerin als Format nicht nur der einzelnen Show, sondern allen Folgen der Sendereihe «L'école des fans» zugrunde liegen würden, nicht als Werk urheberrechtlich schutzfähig. Bei Fernsehshows bezeichne der Begriff des Formats das als Grundlage für eine solche Sendung entwickelte oder darin verwirklichte Kon-

---

holtz, International Copyright: Principles, Law, and Practice, 3rd ed., 2013, 99–101.

9 N. E. Gottlieb, Free to Air? Legal Protection for TV Program Formats, 51, IDEA: The Intell. Prop. L. Rev. 2011, 211, 214; J. Choi, Historiography of Interpretations of Television Format Copyright: A Political Economic Perspective, 2023, 2.

10 K. Lantzsch/K.-D. Altmeppen/A. Will, Trading in TV Entertainment: An Analysis, in: A. Moran (ed.), TV Format Worldwide: Localizing Global Programs, 2009, 77–80; BGH vom 26. Juni 2003, I ZR 176/01.

11 Bechtold (Fn. 2), 456.

12 ‹www.persoenlich.com/medien/dokusoap-bauer-ledig-sucht-illegale-kopie-285693› (abgerufen am 09.11.2023).

13 ‹www.tagblatt.ch/kultur/film/3-darf-bauer-ledig-sucht-weiter-produzieren-ld.2049296› (abgerufen am 09.11.2023).

14 M. Rehbinder/L. Haas/K.-P. Uhlig, URG-Kommentar, Zürich 2022, URG 2 N 4; BBl 1989 III 521.

15 D. Spacek, Schutz von TV-Formaten, Zürich 2005, 216; Rehbinder/Haas/Uhlig (Fn. 14), URG 2 N 29.

16 BGH vom 14. November 1980, I ZR 73/78.

17 BGH vom 26. Juni 2003, I ZR 176/01.

© 2024 sic! Stiftung, Bern / Helbing Lichtenhahn Verlag, Basel
Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwertung in anderen als in den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der schriftlichen Zustimmung des Verlages.
Tous droits réservés. Toute représentation ou reproduction, intégrale ou partielle, faite sans le consentement préalable de la maison d'édition, est interdite.
Auch auf www.legalis.ch und swisslex.ch / Également sur www.legalis.ch et swisslex.ch

zept. Von Fall zu Fall könne ein Format durch ganz verschiedene Gestaltungselemente gebildet werden. Neben dem Titel und dem Logo einer Sendung könnten etwa ein den Gesamtablauf bestimmender Grundgedanke, bestimmte Mitwirkende, die Art und Weise einer Moderation, die Benutzung bestimmter auffallender Sprachwendungen oder Sätze, bestimmte Sendeabläufe, der Einsatz von Erkennungsmelodien oder Signalfarben, die Bühnendekoration und sonstige Ausstattung, die Dauer von Sendung und Beiträgen sowie ein bestimmter Stil der Kameraführung, der Beleuchtung und des Schnitts dazu gehören. Im Gegensatz zu Fernsehserien, die durch einen fiktiven Inhalt gekennzeichnet seien und typischerweise in einzelnen Folgen eine sich fortlaufend entwickelnde Handlung erzählten, würden Fernsehunterhaltungsformate keine fiktive Welt entwerfen und seien nicht durch inhaltliche Elemente verbunden, sondern durch das übereinstimmende Format.

Vorliegend gestalte das Fernsehshowformat «L'école des fans» einen einfachen Grundgedanken für eine Veranstaltung vor Publikum in besonderer Weise aus und sei ein einheitliches Konzept von individueller Eigenart. Ein solches Sendeformat sei aber unabhängig von der schöpferischen Leistung, auf der es beruhe, nicht urheberrechtlich schutzfähig. Das Urheberrecht schütze nicht alle Ergebnisse individueller geistiger Tätigkeit, sondern nur Werke. Das Format von «L'école des fans» habe zwar die ihm zugrunde liegende Idee bereits zu einer Konzeption weiterentwickelt und sei mit seinen einzelnen Elementen eine Einheit, die mehr als die Summe seiner Bestandteile darstelle. Ein Werk und damit Gegenstand des Urheberrechtsschutzes könne aber nur das Ergebnis der schöpferischen Formung eines bestimmten Stoffs sein. Daran fehle es bei einer vom Inhalt losgelösten blossen Anleitung zur Formgestaltung gleichartiger anderer Stoffe, möge diese auch ein individuell erarbeitetes, ins einzelne gehendes und eigenartiges Leistungsergebnis sein. Das Urheberrecht schütze Werke nur gegen ihre unbefugte Verwertung als solche in unveränderter oder unfrei benutzter Form, nicht gegen ihre blosse Benutzung als Vorbild zur Formung anderer Stoffe. Ein Format wie das Sendeformat von «L'école des fans» enthalte aber nicht einmal etwas vom Kern der nach seinen Anleitungen geschaffenen einzelnen Sendungen, sondern ist in seiner Gesamtheit nur ein vorgegebener Rahmen zur Gestaltung gleichartiger Sendungen als Teil einer Sendereihe. Ein Schutz eines solchen Formats durch das Urheberrecht gegen die Verwendung als Vorbild für ähnliche Sendeveranstaltungen scheide danach aus.

Dieses Urteil kann als wegweisend für die deutsche Rechtsprechung angesehen werden. So stellte bspw. das Landgericht München I[18] betreffend die im damaligen Deutschen Sportfernsehen (DSF) ausgestrahlte Casting-Sendung «Kicken gegen die Profis» mit Verweis auf das oben zitierte BGH-Urteil unmissverständlich fest, dass das streitgegenständliche Konzept kein schutzfähiges Werk sei. Gegenstand des Urheberrechtsschutzes könne nur die einzelne konkrete Formgestaltung sein. Die abstrakte Idee, das allgemeine Motiv, der Stil und die Methode des Schaffens würden keinen urheberrechtlichen Schutz begründen. Sie müssten im Interesse der Allgemeinheit frei bleiben, damit nicht durch ihren Schutz die Gestaltungsmöglichkeiten beschränkt und andere Urheber dadurch in ihrem Schaffen behindert würden. Die blosse Idee und Anleitung zur Gestaltung einer Fernsehsendung sei daher dem Schutz des Urheberrechts nicht zugänglich. Letztlich fehle es dem Konzept an der erforderlichen Individualität und Schöpfungshöhe.

2. USA

Der U.S. Copyright Act schützt «original works of authorship fixed in any tangible medium of expression».[19] Konzepte und Ideen sind ausdrücklich vom Schutzbereich ausgenommen.[20] Geschützt ist nur deren konkrete Ausdrucksform (sog. «idea/expression dichotomy»).[21] Die Unterscheidung zwischen Idee und Ausdrucksform ist entscheidend für die Frage, ob ein TV-Format nach amerikanischem Recht urheberrechtlichen Schutz geniesst.[22] Um mit einer gerichtlichen Urheberrechtsklage Erfolg zu haben, muss die klagende Partei erstens nachweisen, dass sie Inhaberin eines gültigen Urheberrechts ist, und zweitens, dass ein Dritter originäre Elemente eines geschützten Werks übernommen hat.[23] Die erste Voraussetzung ist erfüllt, wenn die klagende Partei das Urheberrecht beim U.S. Copyright Office registriert hat.[24] Die zweite Voraussetzung ist dann gegeben, wenn die klagende Partei darlegen kann, dass die beklagte Partei Zugang zum urheberrechtlich geschützten Werk der klagenden Partei hatte und dass sich die beiden streitgegenständlichen Werke in ihren geschützten Bestandteilen im Wesentlichen ähnlich sind.[25] Die verschiedenen US-Bundesgerichte wenden unterschiedliche Kriterien für den Vergleich von Werken an.[26]

In der Sache *CBS Broad., Inc. v. ABC* ging es um die Reality-TV-Show von ABC, «I'm A Celebrity … Get Me Out of Here!»[27] (im Folgenden: «Celebrity»), die angeblich die Urheberrechte von CBS am TV-Format «Survivor» verletzt

18 LG München I vom 14. Januar 2010, 7 O 13628/09.
19 17 U.S.C. § 102(a).
20 17 U.S.C. § 102(b): «In no case does copyright protection for an original work of authorship extend to any idea, procedure, process, system, method of operation, concept, principle, or discovery, regardless of the form in which it is described, explained, illustrated, or embodied in such work».
21 *Feist Publications, Inc. v. Rural Telephone Service Co., Inc.*, 499 U.S., 1991, 340, 362; *Harper & Row, Publishers, Inc. v. Nation Enterprises*, 471 U.S., 1985, 539, 547.
22 Bechtold (Fn. 2), 467.
23 *Feist Publications, Inc. v. Rural Telephone Service Co., Inc.*, 499 U.S., 1991, 340, 361.
24 J.E. Bergman, No More Format Disputes: Are Reality Television Formats the Proper Subject of Federal Copyright Protection?, 4, J. Bus., Entrepreneurship & L., 2011, 243, 247.
25 *Cavalier v. Random House, Inc.*, 297 F.3d 815, 822 (9th Cir. 2002).
26 Vgl. Bergman (Fn. 24), 249–251.
27 In Deutschland wird die Sendung bei RTL unter dem Titel «Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!» ausgestrahlt.

© 2024 sic! Stiftung, Bern / Helbing Lichtenhahn Verlag, Basel
Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwertung in anderen als in den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der schriftlichen Zustimmung des Verlages.
Tous droits réservés. Toute représentation ou reproduction, intégrale ou partielle, faite sans le consentement préalable de la maison d'édition, est interdite.
Auch auf www.legalis.ch und swisslex.ch / Également sur www.legalis.ch et swisslex.ch

haben soll.[28] Der angerufene United States District Court for the Southern District of New York konnte allerdings keine wesentliche Ähnlichkeit zwischen den urheberrechtlich geschützten Elementen der beiden TV-Formate feststellen. Vielmehr bestünden beide Sendungen aus üblichen, nicht schutzfähigen Elementen von Reality-Shows, Gameshows und anderen Fernsehgenres. In Anwendung des sog. «total concept and feel test» stellte das Gericht fest, dass Konzept und Stimmung der beiden Formate unterschiedlich seien. Während «Survivor» von Ernsthaftigkeit geprägt sei, zeichne sich «Celebrity» durch einen komödiantischen Stil aus. Zudem würden die unterschiedlichen Production Values[29] den beiden Sendungen einen jeweils anderen Charakter verleihen. Während in «Survivor» der Gesamteindruck von üppigen, kunstvollen Fotografien und sorgfältigem Handwerk geprägt sei, sei «Celebrity» demgegenüber eher im Home-Video-Look gehalten, was zu einem stark unterschiedlichen Erscheinungsbild («look and feel») führe. Darüber hinaus würden die beiden Sendungen unterschiedliche Handlungen, Moderatoren, Kandidaten und Musik aufweisen.

Der United States District Court for the Central District of California wies im Fall *Bethea v. Burnett* eine ähnliche Klage ab.[30] Dabei ging es um die von Donald Trump moderierte NBC-Fernsehsendung «The Apprentice»,[31] die angeblich das Konzept einer Reality-TV-Show mit dem Titel «C.E.O.» verletzt haben soll. Gemäss der Darstellung des Klägers habe er sein Konzept für «C.E.O.» bei einem Pitch für ein anderes TV-Format einem Fernsehproduzenten kurz vorgestellt. Das Gericht kam jedoch zum Schluss, dass – selbst wenn der Beklagte tatsächlich Zugang zum Konzept von «C.E.O.» gehabt hätte – sich die beiden Konzepte wesentlich unterscheiden würden. Nach dem Konzept von «C.E.O.» leiten die Kandidatinnen und Kandidaten ein Start-up-Unternehmen. Sie konkurrieren jede Woche um den Titel des CEO, wobei jeweils niemand ausscheidet. Bewertet werden die Kandidatinnen und Kandidaten von Wirtschaftsführern und Hochschulprofessoren. In «The Apprentice» hingegen wetteifern die Kandidatinnen und Kandidaten um einen Ausbildungsplatz in Donald Trumps Unternehmen. Die Kandidatinnen und Kandidaten werden in der Sendung in zwei gegeneinander antretende Teams aufgeteilt, wobei Donald Trump jede Woche eine Kandidatin oder einen Kandidaten des unterlegenen Teams in einem rituellen Ausscheidungsverfahren feuert. In Anwendung des sog. «extrinsic test» zur Feststellung einer wesentlichen Ähnlichkeit zwischen den beiden streitgegenständlichen Formaten, stellte das Gericht auf der abstraktesten Ebene der Idee zwar eine gewisse Ähnlichkeit zwischen «C.E.O.» und «The Apprentice» fest. Die Handlung der beiden Reality-TV-Shows sei insofern ähnlich, als in beiden Sendungen eine Gruppe dynamischer Kandidatinnen und Kandidaten mit unterschiedlichem Hintergrund gezeigt werde, die unter realen Bedingungen um Beförderungen und Privilegien und schliesslich um einen Job in einem Unternehmen wetteifern würden. Vergleiche man jedoch die Ausdrucksform der Handlungsideen, bestehe hingegen keine Ähnlichkeit. So sei beispielsweise ein wesentlicher Teil von «The Apprentice» darauf ausgerichtet, dem Publikum einen Einblick in den Lebensstil von Donald Trump zu geben. Der Umstand, dass in jeder Sendung eine Gruppe dynamischer Kandidatinnen und Kandidaten mit unterschiedlichem Hintergrund gesucht werde, sei ein typisches Merkmal des Reality-TV-Genres und urheberrechtlich nicht schutzfähig.[32]

Die Erwägungen in den beiden vorgenannten Entscheiden stehen im Einklang mit dem Urteil in Sachen *CBS Broadcasting, Inc. v. American Broadcasting Companies, Inc.*[33] In diesem Fall hat der United States District Court for the Central District of California dem Reality-TV-Format «Big Brother»[34] den urheberrechtlichen Schutz verwehrt.[35] CBS warf ABC vor, in der Sendung «Glass House» die wesentlichen Merkmale von «Big Brother» – nämlich Handlung, Themen, Dialoge, Stimmung, Schauplätze, Tempo, Figuren und Abläufe der Ereignisse – übernommen zu haben. In beiden Formaten würden die Kandidatinnen und Kandidaten isoliert von der Aussenwelt in einem Containerhaus leben, ständig von Fernsehkameras gefilmt werden und regelmässig aus dem Wettbewerb ausscheiden. Die spezifischen Produktionsverfahren und -techniken, die bei «Big Brother» zum Einsatz kämen, könnten sich nach Ansicht des Gerichts zwar auf die prägenden Elemente der Sendung auswirken, urheberrechtlich geschützt seien sie aber nicht. Die Idee eines voyeuristischen TV-Formats, bei dem eine Gruppe von Menschen beobachtet und gefilmt werde, sei bei «Big Brother» nicht einzigartig oder originell. Darüber hinaus enthalte «Big Brother» keine konkret erkennbaren und schützbaren Handlungen, Themen oder Dialoge, die eine Ähnlichkeit mit «Glass House» aufwiesen. Die Dramaturgie der Sendung entwickle sich vielmehr auf unvorhersehbare Weise, ohne einer vorgegebenen Handlung oder einem bestimmten Dialog zu folgen. Das Gericht wies die

28 2003 U.S. Dist. LEXIS 20258 (S.D.N.Y. Jan. 13, 2003).

29 Im Allgemeinen bezeichnet der Production Value die Qualität aller Komponenten, die zur Herstellung eines audiovisuellen Werks erforderlich sind, wie z.B. die künstlerische Darbietung, die Gestaltung und die produktionstechnischen Elemente wie die Kameraführung oder visuellen Effekte; vgl. A.J. Christian, Expanding production value: The culture and scale of television and new media, 2019, 2.

30 2005 WL 1720631 (C.D. Cal. June 28, 2005).

31 Die Casting-Show lief im Jahr 2005 auf SF2 (heute: SRF zwei) unter dem Titel «Traumjob – nur einer schafft es» mit Jürg Marquard als Firmenchef.

32 Vgl. auch *Zella v. E.W. Scripps Co.*, 529 F.Supp.2d 1124, 1135 (C.D. Cal. 2007): «Die Ausweitung des Urheberrechtsschutzes auf das allgemeine Format einer Koch-/Talkshow würde die Grenzen des Urheberrechts über das hinaus ausdehnen, wofür es gedacht war. Infolgedessen können die Kläger keine Rechtsverletzung in Bezug auf diese grundlegenden Elemente einer Talkshow/Kochsendung nachweisen».

33 CV 12–04073 GAF (JEMx) (C.D. Cal. June 21, 2012).

34 Der Ende 2001 eingestellte Schweizer Fernsehsender TV3 strahlte in den Jahren 2000/2001 «Big Brother» unter dem gleichnamigen Sendungstitel aus.

35 Vgl. auch *Milano v. NBC Universal, Inc.*, 584 F.Supp.2d 1288, 1296 (C.D. Cal. 2008): «Der Kläger kann in diesem Fall nicht erfolgreich sein, indem er ein Urheberrecht an der Idee einer Fernsehsendung geltend macht, die auf einem Wettbewerb zur Gewichtsabnahme beruht».

© 2024 sic! Stiftung, Bern / Helbing Lichtenhahn Verlag, Basel
Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwertung in anderen als in den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der schriftlichen Zustimmung des Verlages.
Tous droits réservés. Toute représentation ou reproduction, intégrale ou partielle, faite sans le consentement préalable de la maison d'édition, est interdite.
Auch auf www.legalis.ch und swisslex.ch / Également sur www.legalis.ch et swisslex.ch

Klage zusammenfassend mit der Begründung ab, dass die Formatidee von «Big Brother» zu allgemein sei und daher keinen Urheberrechtsschutz verdiene.[36]

3. Vereinigtes Königreich

Im Vereinigten Königreich ist der Entscheid in der Sache *Green v. Broadcasting Corporation of New Zealand* im Zusammenhang mit der Talentshow «Opportunity Knocks» bemerkenswert.[37] Nach Auffassung der klagenden Partei bestehe das Format aus dem Titel, bestimmten Phrasen, der Verwendung eines «Clapometers» zur Messung der Intensität des Applauses des Publikums und dem Einsatz von Unterstützern bei der Vorstellung der Kandidatinnen und Kandidaten. Sie beanspruchte Urheberrechtsschutz für «das Skript und das dramatische Format». Der angerufene Privy Council wies die Berufung im Jahre 1989 schliesslich mit der Begründung ab, dass ein TV-Format keine ausreichende Einheit aufweise, um dargeboten werden zu können. Es bringe lediglich Ideen über den Ablauf einer Talentshow zum Ausdruck und könne folglich nicht als urheberrechtlich geschütztes dramatisches Werk gelten.

4. Niederlande

In den Niederlanden verklagten die Produktionsfirmen Castaway Television Productions Ltd. und Planet 24 Productions Ltd. die Produktionsfirma John de Mol Produkties B.V. und den internationalen Vertrieb Endemol Entertainment International B.V. mit der Begründung, die Reality-TV-Show «Big Brother» verletze die Urheberrechte an «Survive!». Das Format «Survive!» sei aufgrund seiner originellen Kombination verschiedener Elemente ein urheberrechtlich geschütztes Werk. Der Oberste Gerichtshof[38] vertrat hingegen eine differenzierte Ansicht. Ein TV-Format bestehe aus einer Kombination ungeschützter Elemente. Eine Urheberrechtsverletzung könne nur dann vorliegen, wenn eine ähnliche Auswahl mehrerer dieser Elemente in erkennbarer Weise übernommen worden sei. Wenn alle Elemente übernommen worden seien, liege eine Urheberrechtsverletzung vor. Werde hingegen nur ein (ungeschütztes) Element übernommen, liege keine Urheberrechtsverletzung vor. Die Frage, wie viele Elemente übernommen worden sein müssten, damit eine Rechtsverletzung vorliege, könne aber nicht pauschal beantwortet werden. Es komme auf die Umstände des Einzelfalls an. Zusammenfassend kam das Gericht zum Schluss, dass vorliegend die Kombination der originellen Elemente von «Survive!» zwar als ein nach niederländischem Urheberrecht geschütztes Werk anzusehen sei, verneinte aber in casu eine wesentliche Ähnlichkeit zwischen den beiden Fernsehsendungen und wies die Klage schliesslich ab. Damit hat der Oberste Gerichtshof die urheberrechtliche Schutzfähigkeit von TV-Formaten im Grundsatz bejaht. Diese urheber- und wirtschaftsfreundliche Haltung des Gerichts lässt sich wohl auch damit erklären, dass in den Niederlanden zahleiche international erfolgreiche TV-Formate entwickelt wurden und noch immer werden, insbesondere von EndemolShine, das heute zur Banijay-Gruppe gehört.[39]

5. Brasilien

Die Frage des Formatschutzes von «Big Brother» beschäftigte auch die Gerichte in Brasilien.[40] Der Formatentwickler Endemol und der brasilianische Fernsehsender Globo TV als Lizenznehmer des TV-Formats klagten gegen den Fernsehsender Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) und machten geltend, die Sendung «Casa dos Artistas» verletze die Urheberrechte am Format «Big Brother». In der Reality-TV-Show «Casa dos Artistas» werden zwölf Prominente auf einem Anwesen direkt neben demjenigen von Silvio Santos, dem Eigentümer des Fernsehsenders SBT, eingesperrt und praktisch rund um die Uhr von Kameras beobachtet. SBT argumentierte, dass «Big Brother» als TV-Format keinen Urheberrechtsschutz geniessen könne, da es sich lediglich um eine Idee handle, die keinen vorgegebenen Skripts und Dialogen folge. Nach Ansicht des Berufungsgerichts von São Paulo sei ein TV-Format jedoch mehr als eine blosse Idee und gewährte «Big Brother» Urheberrechtsschutz. Denn das Format bestehe nicht nur aus dem Beobachten von Menschen in einem Haus, sondern enthalte auch detaillierte Beschreibungen der Räume sowie über den Einsatz von Kameras, Mikrofonen, Musik etc. Das Gericht stellte die Einzigartigkeit des TV-Formats «Big Brother» fest, das sich deutlich von anderen Reality-TV-Formaten unterscheide. Zudem qualifizierte das Gericht die Formatbibel als geschützte Ausdrucksform von Ideen. Die Formatbibel sei kein blosses Konzept, sondern weise Werkcharakter auf. Sie vereine eine Reihe von Elementen, die in ihrer Kombination eine geistige Schöpfung mit individuellem Charakter darstellten. Interessant ist auch, dass das brasilianische Gericht kommerzielle Aspekte berücksichtigte. Es erkannte den Formathandel als Geschäftsmodell an, das eine globale Wertschöpfungskette von der Kreation eines TV-Formats über dessen Vertrieb bis hin zur Produktion in verschiedenen lokalen Fernsehmärkten schaffe. Schliesslich sah das Gericht vorliegend die Urheberrechte am Format «Big Brother» und dessen Formatbibel als verletzt an.

---

36 Vgl. auch *Falotico v. WPVI-Channel 6*, 1989 WL 143238 (E.D. Pa. Nov. 22, 1989): «Die Idee, [..] Prominente zu interviewen und Informationen über ihren Hintergrund zu präsentieren, ist urheberrechtlich nicht schutzfähig».

37 [1989] RPC 700 (P.C.); G. Hammond, The Legal Protection of Ideas, 29, Osgoode Hall L. J., 1991, 93, 111; S. Singh/M. Kretschmer, in: K. Zwaan/J. de Bruin (eds.), Strategic Behaviour in the International Exploitation of TV Formats: A Case Study of the Idols Format, 2012, 7.

38 Hoge Raad der Nederlanden vom 16. April 2004, C02/284HR; ‹https://uitspraken.rechtspraak.nl/#!/details?id=ECLI:NL:PHR:2004:AO3162› (abgerufen am 09.11.2023); ‹https://swanturton.com/dutch-supreme-court-confirms-format-rights-decision-castaway-v-endemol/‹(abgerufen am 09.11.2023).

39 Vgl. Choi (Fn. 9), 2.

40 Vgl. Choi (Fn. 9), 7–8; ‹https://swanturton.com/endemol-wins-copyright-protection-for-big-brother-in-brazil/‹(abgerufen am 9.11.2023).

© 2024 sic! Stiftung, Bern / Helbing Lichtenhahn Verlag, Basel
Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwertung in anderen als in den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der schriftlichen Zustimmung des Verlages.
Tous droits réservés. Toute représentation ou reproduction, intégrale ou partielle, faite sans le consentement préalable de la maison d'édition, est interdite.
Auch auf www.legalis.ch und swisslex.ch / Également sur www.legalis.ch et swisslex.ch

IV. Was bringt eine Formatlizenz?

Mit Ausnahme der Niederlande und Brasiliens zögern die Gerichte in den untersuchten Ländern mit überzeugenden Argumenten, Fernsehformaten Urheberrechtsschutz zu gewähren. Sie werden in der Regel als nicht schutzfähige Ideen oder Konzepte ohne Werkcharakter betrachtet. Auch das Wettbewerbsrecht bietet regelmässig keinen ausreichenden Schutz.[41] Wenn es also grundsätzlich rechtlich zulässig ist, bestehende TV-Formate einfach nachzuahmen, warum sind dann Fernsehsender rund um den Globus bereit, viel Geld für die Lizenzierung von TV-Formaten zu bezahlen?

Zur Klärung dieser Frage bedarf es einer wirtschaftlichen Betrachtung. Die Entwicklung neuer TV-Formate erweist sich als sehr zeit- und kostenintensiv. Weder der kommerzielle Erfolg noch das Zuschauerinteresse sind garantiert. Um diese Risiken zu minimieren und eigene Entwicklungskosten zu vermeiden, greifen Fernsehsender zunehmend auf international bewährte Formate zurück. Für den Erfolg von TV-Formaten spielt oft der «Look and Feel» und eine hochwertige Produktionsweise eine entscheidende Rolle.[42] Als Beispiel sei hier «Wer wird Millionär?» erwähnt. Die Sendung zeichnet sich – neben der Qualität des Host – durch einen einzigartigen Spannungsaufbau aus, der durch das perfekte Zusammenspiel von Musik, Licht, Set und On-Air-Design erzeugt wird. Die Idee des Quizformats ist banal und daher urheberrechtlich nicht geschützt: Ein Quizmaster stellt einer Kandidatin oder einem Kandidaten eine Quizfrage, gibt ihm vier Antwortmöglichkeiten, von denen nur eine richtig ist, und stellt ihm einen Geldpreis in Aussicht. Die charakteristischen Elemente, die den «Look and Feel» der Sendung prägen, wie z.B. die Musik, das Setdesign, On-Air-Design und Lichtdesign, können hingegen genügende Individualität aufweisen, um einzeln Urheberrechtsschutz zu geniessen.

Bei der Lizenzierung eines TV-Formats steht also nicht primär die Formatidee als solche im Vordergrund, sondern vielmehr das exklusive Nutzungsrecht in einem lokalen Fernsehmarkt an den charakteristischen und möglicherweise urheberrechtlich geschützten Elementen des Originalformats. Damit entfallen auch die Kosten für die eigene Entwicklung und Produktion dieser Elemente. Gegenstand einer Formatlizenz ist oft auch das Recht zur exklusiven Nutzung des markenrechtlich geschützten Originaltitels der Sendung, des Sendungssignets sowie von Know-how in Form einer Produktionsbibel. Dabei handelt es sich um eine Anleitung, wie ein Format finanziert, fernsehmässig umgesetzt und produziert wird. Auch Beratungsleistungen des Formatentwicklers (namentlich durch sog. Flying Producers) im Hinblick auf die lokale Adaption und Produktion des Formats werden regelmässig in Formatlizenzverträgen vereinbart. Einige Formatentwickler bieten den Fernsehsendern zusammen mit dem Format sogar die gesamte Produktion der Sendung aus einer Hand an. Aus diesen Gründen kann es aus wirtschaftlicher Sicht durchaus sinnvoll sein, ein international bewährtes TV-Format zu lizenzieren und vom erworbenen Gesamtpaket zu profitieren, statt es nur nachzuahmen und damit unnötige unternehmerische Risiken einzugehen.

Häufig enthalten Formatlizenzverträge aber Nutzungsbeschränkungen. Um die nationale und internationale Verwertung des TV-Formats nicht zu behindern, dürfen die Fernsehproduktionen z.B. nur während eines begrenzten Lizenzzeitraums gesendet werden, die Anzahl der Ausstrahlungen kann limitiert sein und die Sender können verpflichtet werden, den Abruf über das Internet durch Geoblocking auf das Lizenzgebiet zu beschränken. Fernsehsender sollten daher die Vor- und Nachteile einer Formatlizenz sorgfältig abwägen.

41 Vgl. The FRAPA Report 2011: Protecting Format Rights, 30–39 (abrufbar unter: ‹https://frapa.org/wp-content/uploads/Report/FINAL%20FRAPA_Report_2011.pdf›; abgerufen am 09.11.2023); Spacek (Fn. 15), 211; BGH vom 26. Juni 2003, I ZR 176/01.

42 So wird z.B. die Sendung «1vo4» des Zürcher Regionalsenders Tele Z, die sich von der Idee und Umsetzung her stark an «Wer wird Millionär?» anlehnt, mit einem anderen «Look and Feel» und einem deutlich geringeren Produktionsbudget als das Originalformat produziert, was sich unmittelbar und sichtbar auf den Production Value der Sendung auswirkt; vgl. ‹www.telez.ch/1vo4/‹(abgerufen am 09.11.2023).

© 2024 sic! Stiftung, Bern / Helbing Lichtenhahn Verlag, Basel
Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwertung in anderen als in den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der schriftlichen Zustimmung des Verlages.
Tous droits réservés. Toute représentation ou reproduction, intégrale ou partielle, faite sans le consentement préalable de la maison d'édition, est interdite.
Auch auf www.legalis.ch und swisslex.ch / Également sur www.legalis.ch et swisslex.ch

Zusammenfassung

Die Frage, ob TV-Formate in der Schweiz urheberrechtlichen Schutz geniessen, ist gerichtlich noch unbeantwortet. Während die Gerichte in Deutschland, den USA und im Vereinigten Königreich TV-Formate als urheberrechtlich nicht schutzfähige Ideen oder Konzepte qualifizieren, kommen niederländische und brasilianische Gerichte mit etwas abenteuerlichen Begründungen zu gegenteiligen Ergebnissen. Es ist allerdings unwahrscheinlich, dass sich ein Schweizer Gericht an diesen beiden Entscheiden orientieren würde. Die deutsche Rechtsprechung steht unserer Rechtsordnung und unserem Rechtsempfinden näher. Das vom BGH festgestellte Freihaltebedürfnis an Formatideen ist richtig und nachvollziehbar, da andernfalls praktisch keine neuen TV-Formate mehr entwickelt werden könnten und der Kreativität der Formatentwickler unnötig enge Grenzen gesetzt würden. Dennoch kann es für Fernsehsender im Einzelfall sinnvoll sein, ein international bewährtes TV-Format zu lizenzieren. So können sie nicht nur eigene Entwicklungskosten einsparen, sondern auch unnötige Risiken vermeiden, da man nie weiss, ob neue, eigenentwickelte Formate beim Fernsehpublikum Anklang finden. Gegenstand der Formatlizenz sind regelmässig auch eigenständig urheberrechtlich geschützte Elemente wie die Musik, das Lichtdesign, das Setdesign und On-Air-Design, aber auch ein als Marke hinterlegter Sendungstitel sowie Know-how in Form einer Formatbibel.

Résumé

La question de savoir si les formats télévisuels bénéficient d'une protection par le droit d'auteur en Suisse n'a pas encore été tranchée par les tribunaux. Tandis que les cours de justice en Allemagne, aux États-Unis et au Royaume-Uni qualifient les formats télévisuels d'idées ou de concepts qui ne peuvent bénéficier de la protection du droit d'auteur, des conclusions divergentes ont été observées aux Pays-Bas et au Brésil, justifiées par des arguments quelque peu audacieux. Il est toutefois peu probable qu'un tribunal suisse s'inspire des décisions prises dans ces deux derniers pays. La jurisprudence allemande est plus proche de notre ordre et de notre sensibilité juridiques. La Cour fédérale allemande a constaté à juste titre que le libre accès à des concepts de formats était nécessaire, sans quoi il ne serait pratiquement plus possible de développer de nouveaux formats télévisuels et la créativité de ceux qui développent de tels formats serait inutilement restreinte. Néanmoins, il peut être judicieux pour les chaînes de télévision, dans certains cas, d'obtenir une licence pour un format télévisuel apprécié au niveau international. Cela leur permet non seulement d'économiser des coûts de développement, mais aussi d'éviter des risques inutiles, liés au manque d'intérêt potentiel des téléspectateurs pour de nouveaux formats développés en interne. Les licences relatives à des formats télévisuels portent également souvent sur la protection par le droit d'auteur d'éléments individuels tels que la musique, la conception de l'éclairage, du plateau ou de la mise en scène à l'antenne, ou encore sur des titres d'émissions déposés en tant que marque ou le savoir-faire détaillé dans la bible littéraire d'un format télévisuel.

© 2024 sic! Stiftung, Bern / Helbing Lichtenhahn Verlag, Basel
Alle Rechte vorbehalten. Jede Verwertung in anderen als in den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der schriftlichen Zustimmung des Verlages.
Tous droits réservés. Toute représentation ou reproduction, intégrale ou partielle, faite sans le consentement préalable de la maison d'édition, est interdite.
Auch auf www.legalis.ch und swisslex.ch / Également sur www.legalis.ch et swisslex.ch