

LIZENZIERUNG VON SCHRIFTEN

SIEBEL WHITEPAPER

Klare, schlanke Linie, elegant, offen. So kommt die Helvetica daher und wird als In-Font (Font = Zeichensatz = konkrete, anwendbare Form der Schrift) gerne für jegliche Zwecke verwendet. Scrollen Sie doch einmal in Ihrer Facebook-Timeline nach unten oder durchsuchen Sie den letzten Stapel Werbung, der in Ihrem Briefkasten gelandet ist. Sie werden sicherlich einige Helvetica-Beispiele finden. Aber auch viele andere Schriften werden Ihnen auffallen, wenn Sie nur einmal darauf achten. Schriften sind alltäglich, Schriften sind normal, Schriften sind überall. Da vergisst man schnell, dass Sie nicht plötzlich einfach so da waren. Hinter jeder Schrift steckt ein Schriftentwickler, der mit viel Mühe, Leidenschaft und Liebe zum Detail seine eigene Schrift entworfen hat. Dementsprechend sind Fonts nicht einfach frei verfügbar. Wie funktioniert das also mit den Fonts? Welche darf ich zu welchem Zweck benutzen? Wer muss dafür zahlen?

Seite 3 **Allgemeine Einleitung**

Seite 4 + 5 **Fallstudie: Website-Relaunch**

Seite 6 **Free Fonts und Systemschriften**

Seite 7 **Gesetzeslage**

Seite 8 **Schriftformat-Typen**

Seite 9 **Websiteempfehlungen Fonts**

Seite 10 **Autor & Kontakt**

Mit Schriften verhält es sich ähnlich wie mit Software. In den meisten Fällen muss man kostenpflichtig Lizenzen erwerben. Damit bekommt man die im Lizenzvertrag vereinbarten Nutzungsrechte zugesprochen. Es ist also nicht so wie im Supermarkt mit einem Stück Käse: der Font gehört mir nicht, wenn ich ihn gekauft habe, ich darf ihn lediglich im Sinne des Nutzungsvertrages verwenden. Hier ist ein genauer Blick auf die Details unerlässlich.

Ein bisschen anders verhält es sich mit den Systemschriften, die man automatisch erhält, wenn man ein (legal!) erworbenes Betriebssystem wie Windows oder macOS installiert. Unter der Voraussetzung, dass bei dem Kauf alles mit rechten Dingen zugegangen ist, hat man automatisch auch das Nutzungsrecht an den mitgelieferten Schriften erworben. Allerdings muss man auch hier aufpassen, denn dieses Nutzungsrecht schließt in vielen Fällen die Einbettung in Websites oder E-Books nicht mit ein und schon gar nicht die Weitergabe an Dritte.

Die folgende Fallstudie soll verschiedene Problematiken mit der Lizenzierung von Schriften verdeutlichen und mögliche Handlungsoptionen erklären.

Fallstudie: Sie planen einen Relaunch Ihrer Website und möchten unbedingt wieder die Helvetica dafür einsetzen. Es gibt nun verschiedene Vorgehensweisen:

1. Sie vergeben den Auftrag an eine Agentur, diese hat die Schrift bereits gekauft und ist entsprechend versorgt mit gültigen Lizenzen. D. h. vermutlich in diesem Fall kommen wegen der Schrift keine weiteren Kosten auf Sie zu.
2. Sie beauftragen eine Agentur, diese hat die Schrift aber noch nicht (was bei der Helvetica vermutlich rein hypothetisch gesprochen ist). D. h. die Agentur muss Lizenznehmer werden, denn Lizenznehmer ist immer derjenige, der die Schrift konkret nutzt. In dem Zuge muss überlegt werden, an wie vielen Computern gleichzeitig an der Website gearbeitet wird und ob der Font tatsächlich nur digital verwendet wird, sodass man die Lizenz entsprechend auswählt.

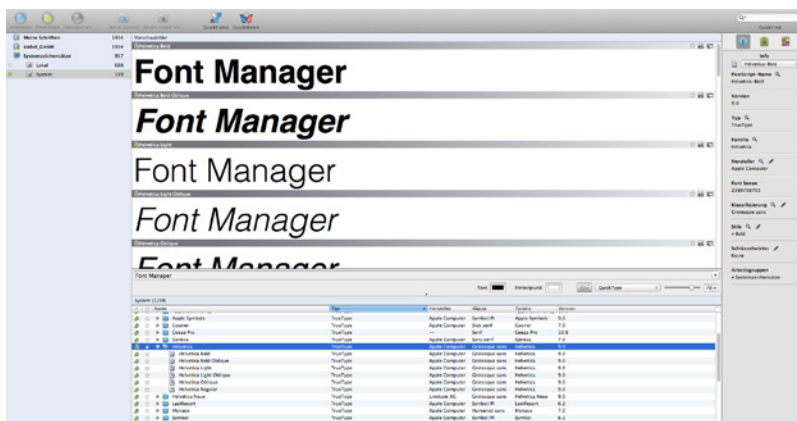
Aber wenn denn nun die Lizenzen für die Agentur ausgestellt wurden, wer muss zahlen? Da Sie keinerlei Recht darauf haben die Schrift selbst auch zu benutzen, könnte man denken, dass Sie auch nicht zahlen müssen. Aber wenn man das Ganze genauer betrachtet, wird schnell klar, dass das nicht so einfach ist. Schließlich kauft die Agentur die Lizenzen konkret für Ihren Auftrag. Deshalb gibt es auch hier wieder verschiedene Ansätze: a) Die Agentur bezahlt die Lizenzen, weil es eine universell einsetzbare Schriftart ist, die sie auch bei späteren Aufträgen gebrauchen kann. b) Die Kosten für die Lizenzen werden sichtbar, direkt und komplett an den Kunden weitergegeben, für den die Lizenzen erworben wurden oder c) die Kosten werden einfach



Die Helvetica – nahe Verwandte der Arial und viel im Einsatz: Ob Lufthansa, McDonalds, Oral B oder BMW; die Helvetica ist häufig die Schrift der Wahl.

versteckt in anderen Posten mit eingeplant, ohne dass der Kunde davon weiß.

Alle Möglichkeiten sind rechts und jede hat seine Berechtigung. Aus b) und c) ergibt sich aber weder, dass die Schrift nur für Sie als Kunden eingesetzt werden darf, noch dass Sie ein Anrecht auf die Herausgabe der Font-Dateien haben. Im Rahmen der Lizenzbestimmungen darf die Agentur die Schrift nun auch für beliebig

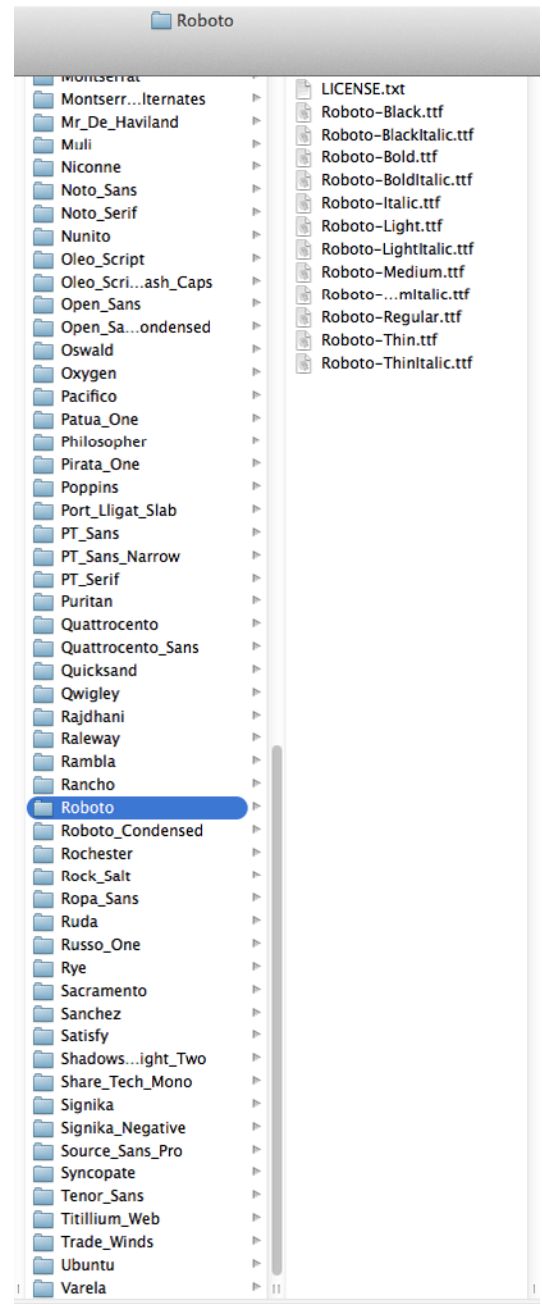


Beispiel eines Font Managers. Hiermit lassen sich Schriften sicher und einfach verwalten

viele weitere Kunden verwenden. Die Vorgehensweise liegt ganz im Ermessen der Agentur bzw. erfolgt nach Rücksprache mit Ihnen als Kunden.

Wenn Sie nun aber 3. auch Ihre Briefe mit der Helvetica als Corporate Font verfassen möchten, müssen Sie dementsprechend noch eigene Lizenzen erwerben – gemäß der Anzahl an gleichzeitigen Nutzern und der Nutzungsart, denn für Sie reicht vermutlich eine einfache Printlizenz für geschäftliche Zwecke aus. Die Standardlizenzen umfassen meistens 1-5 Arbeitsplätze, an denen gleichzeitig die Schrift aktiviert sein darf. Wenn Sie mit mehr als fünf Mitarbeitern auf die Schriften zugreifen möchten, müssen Sie entweder erweiterte Lizenzen erwerben, oder aber auf einen Font-Manager zurückgreifen, der dafür sorgt, dass die Schrift nur an der im Nutzungsvertrag stehenden maximalen Anzahl an Arbeitsplätzen aktiviert wird.

Grundsätzlich gilt also: Lizenzierte Schriften dürfen nur im Rahmen der Lizenzvereinbarung genutzt werden, ein genauer Blick auf diese lohnt sich immer.



Im Font-Ordner findet sich meistens eine Lizenzvereinbarung unter den Dateien. Bei diesem Beispiel ist es die "LICENSE.txt"-Textdatei. Es können aber auch PDF-Dokumente oder index.html sein. Bei den vorinstallierten Microsoft Schriften hilft häufig auch ein Rechtsklick und dann der Reiter "Eigenschaften" weiter, um zu sehen, in welchem Umfang man den Font nutzen darf.

Heutzutage gibt es viele Alternativen zu den gängigen „Großen“ unter den Schriftarten. So bietet beispielsweise Google Fonts eine sehr große Auswahl an universell einsetzbaren, freien, hochwertigen Fonts. Diese können sowohl für Print als auch im digitalen Bereich uneingeschränkt und kostenlos eingesetzt werden. Dennoch ist es so, dass Sie auch für die (legal zu erwerbenden) Free Fonts eine Nutzungslizenz erwerben. Ein genauer Blick in die Endnutzer-Lizenzvereinbarungen ist demnach auch hier sinnvoll, denn oft ist die Schrift für den privaten Bereich frei nutzbar, für den kommerziellen Bereich allerdings nicht (die Google Fonts sind in dieser Hinsicht allerdings sicher). Manche Lizenzgeber schließen auch konkret die Einbettung aus – sei es in Websites oder PDF (bei vielen der vorinstallierten Apple Schriften der Fall!). Hier liegt generell bei den vorinstallierten Systemschriften die Schwierigkeit. Wenn man Microsoft Windows erwirbt und dieses mit einem Office-Paket ergänzt, ist automatisch eine Vielzahl an Schriften vorinstalliert. Was dabei aber nicht deutlich wird: nicht Microsoft ist (mit einigen Ausnahmen) Hersteller bzw. Lizenzgeber der Schriftart, sondern auch nur Lizenznehmer. So gibt der Kauf des Betriebssystems grundsätzlich das Recht, die Schriftarten im privaten Gebrauch zu nutzen – aber auch nur an so vielen Rechnern, wie durch die Lizenz für das Betriebssystem eingeschlossen werden. Also auch die Arial darf nicht einfach beliebig weitergegeben werden. Noch schwieriger wird es jedoch herauszufinden, ob man die Systemschriften auch kommerziell bzw. geschäftlich nutzen darf und ob auch digitale Inhalte eingeschlossen sind.

In den EULA`s (End User License Agreements – Endnutzerlizenzvereinbarungen) von Microsoft Office 2003 heißt es dazu nur schwammig:

„Während die Software ausgeführt wird, sind Sie berechtigt, ihre Schriftarten zum Anzeigen und Drucken von Inhalt zu verwenden: Sie sind nur zu Folgendem berechtigt:

- *Einbetten von Schriftarten in Inhalt, wie dies von den Einbettungseinschränkungen in den Schriftarten erlaubt wird*
- *Temporäres Herunterladen der Schriftarten auf einen Drucker oder ein anderes Ausgabegerät um Inhalt zu drucken.“*

Im Klartext bedeutet das: jede Schrift hat ihre eigenen Lizenzbestimmungen, die man sich zumindest für den geschäftlichen Bereich einmal durchgelesen haben sollte.

Das Ganze hört sich aber nun komplizierter an, als es ist. Im Normalfall gilt auch hier: wo kein Kläger, da kein Richter. Das soll an dieser Stelle kein Aufruf an die illegale Nutzung von Fonts sein. Es ist jedoch momentan der Fall, dass es nur ganz wenige Gerichtsurteile in Bezug auf Schriften gibt. So ist beispielsweise nicht eindeutig geklärt, ob es sich bei Schriften um Software handelt, was aber eine wichtige Voraussetzung ist, damit das System der Lizenzierung vollständig greift. Denn nur immaterielle Dinge wie Software kann man lizenzieren, alles andere kauft man. In den USA ist dies einwandfrei geklärt, in Deutschland gibt es unterschiedliche Meinungen dazu. Dennoch sagt das BGB klar, dass man nur Eigentum an einer „Sache“ haben kann und „Sache“ ist weiterhin als „nur körperliche Gegenstände“ definiert (BGB §90). Demnach kann man eine Schrift gar nicht besitzen im Sinne von kaufen, da sie als digitales Produkt keinerlei Körperlichkeit aufweist.

Geklärt ist auch nicht, ob Schriften unter das Urheberschutzgesetz fallen. Um diese Entscheidung treffen zu können, gibt es schlichtweg nicht genügend Gerichtsurteile, die sich mit der Thematik beschäftigen. Ein Fall aus den 50er Jahren ist mit dem Urteil abgeschlossen worden, dass die Schrift nicht genügend Schöpfungshöhe aufweist, um über das Urheberschutzgesetz geschützt werden zu können (hierbei ging es um die Candida). In dem Urteilsspruch heißt es aber gleichermaßen, dass Schriften, die auch für einen Laien offensichtlich neuartig sind und eine schöpferische Leistung darstellen, unter diesen Schutz fallen können. Die schöpferische Höhe ist demnach entscheidend und müsste von Fall zu Fall einzeln beleuchtet werden. Für Brotschriften ist es demnach schwieriger als für Zierschriften, Urheberschutz zu erlangen. Klar ist jedoch, dass man die Bezeichnungen (Helvetica) schützen lassen kann. Dies wiederum bedeutet aber, dass man die Schrift unter einem anderen Namen herausgeben kann (siehe Swiss).

Ansonsten fallen Schriften unter das Geschmacksmustergesetz. „Seit einer Reform 2004 zur Umsetzung einer europäischen Richtlinie sind Schriften in Deutschland nun direkt über das Geschmacksmustergesetz schutzbar. Im Gegensatz zum Urheberrecht ist die Schutzdauer eines deutschen Geschmacksmusters aber auf maximal 25 Jahre beschränkt.“¹

Wenn man allerdings den Aufwand betrachtet, den es bedeutet, eine Schrift auszuarbeiten, dann kann man durchaus zu dem Schluss kommen, dass diese Arbeit schützenswert ist. Gerade hinter Fonts mit einer großen Anzahl an Zeichensätzen in unterschiedlichen Sprachen stecken nicht selten Jahre an intensiver Arbeit durch Spezialisten. Deshalb final noch einmal der Hinweis: Werfen Sie unbedingt einen Blick in die Lizenzbestimmungen der Fonts, die Sie im Alltag benutzen. Nicht zuletzt der Typograf wird es Ihnen danken.

1 Zitat <http://www.typografie.info/3/artikel.htm/wissen/schriftlizenzserie-teil3/>, 23.05.2017, 10:20 Uhr

Bitmap

Auch genannt Pixel Fonts oder Rasterschriften. Dieses Format ist heute überholt und spielt technisch gesehen keine Rolle mehr. Die Typometrie ist bei diesen Font-Typen als Rastergrafik hinterlegt. Das bedeutet, Bitmap-Fonts sind nur sehr eingeschränkt skalierbar, bevor sie ihre Form verlieren. Deshalb musste zu Bitmap-Zeiten für verschiedene Schriftgrößen ein eigener Zeichensatz angelegt werden.

PostScript

Ein Mitte der 1980er Jahre von Adobe veröffentlichtes Format zur Definition von Zeichensätzen. Das PostScript-Format verschaffte dem Desktop-Publishing den Durchbruch. Es war erstmals vektorbasiert, wodurch Schriften beliebig skaliert werden konnten. Das allerdings führte teilweise zu Problemen bei der Bildschirmdarstellung. Deshalb besteht eine PS-Datei immer aus mehreren Teildateien, die auch eine korrekte Bildschirmdarstellung gewährleisten. Ein weiteres Manko: Das PostScript-Format umfasst nur maximal 256 Glyphen. Dadurch kann es beim Einsatz von Sonderzeichen, spätestens aber mit der Nutzung von Fremdsprachen, eng werden und ein gesonderter Zeichensatz wird benötigt.

TrueType

1991 von Apple veröffentlicht und 1992 von Microsoft lizenziert. Für beide Betriebssysteme muss man sich je einen eigenen Font zulegen, da sie nicht miteinander kompatibel sind. Diese Schriften mit der alten Endung .ttf existierten parallel zu den PostScript-Schriften. Der Vorteil von TrueType-Fonts gegenüber PostScript ist, dass es lediglich eine Datei gibt, was deutlich weniger fehleranfällig ist. Zudem sind im TrueType-Format professionelle Schriftfamilien verfügbar und sogar erste eigene Microsoft Fonts für Windows.

OpenType

Das 1996 von Microsoft und Adobe veröffentlichte OpenType-Format ist erstmals Betriebssystem-unabhängig. Es gibt zwei verschiedene Ausprägungen, die je auf dem PostScript-Format bzw. dem TrueType-Format basieren und dieses erweitern. Man erkennt die Formate an den Endungen .ttf und .otf. Die Qualität ist im Druck und am Bildschirm vergleichbar, lediglich in technischen Spezifikationen und der internen Verarbeitung durch Software und Monitore gibt es Unterschiede. Die OpenType-Formate können den gesamten Unicode-Zeichensatz enthalten, also bis zu rund 65.000 Zeichen.

Das World Wide Web ist randvoll mit Seiten, die Fonts zum Download anbieten. Dabei ist es gar nicht einfach, sich einen Überblick zu verschaffen und die legalen Seiten zu finden. Eine grundlegende Frage sollte man vor der Suche beantwortet haben: Bin ich bereit für einen guten, sauber ausgearbeiteten Font Geld auszugeben? Wenn man dies bejaht, dann gibt es einige gängige Websites, die eine große Auswahl an Kaufschriften zur Verfügung stellen. Hierbei ist es immer wichtig, die Lizenzbestimmungen im Auge zu behalten und auch Vergleichen lohnt sich.

- www.linotype.com/de
- www.fonts.com
- www.myfonts.com (auf www.myfonts.de eine Auswahl auch auf Deutsch)
- www.fontshop.com
- www.typekit.com (von adobe, im Creative Cloud Abo enthalten)

Eine einfache, kostengünstige Lösung sind aber auch Free Fonts. Hierbei ist natürlich ebenfalls der Blick in die Lizenzbestimmungen unerlässlich, denn oftmals sind diese sehr beschränkt. Auch qualitativ gibt es bei den Tausenden von frei verfügbaren Fonts enorme Unterschiede. Wer auf Nummer sicher gehen will, sollte sich auf Google Fonts beschränken. Aber es gibt durchaus Alternativen, wenn man sich etwas länger mit dem Thema auseinandersetzen möchte und kann.

- fonts.google.com (mit diesen Schriften darf man tatsächlich sowohl im Printbereich als auch digital frei arbeiten)
- www.fontsquirrel.com (nicht zwangsläufig sind hier alle Schriften komplett frei für jedwede Nutzung. Lizenzbestimmungen bitte beachten)

Anne Hennig ist Mediengestalterin Print bei der Siebel GmbH Design und Werbeagentur in Bensheim an der Bergstraße. Bei ihrer Tätigkeit in Layout und Druckvorstufe gehören Lizenzfragen nicht nur bei Schriften zum normalen Berufsalltag. Mit ihrem umfassenden Background ist sie ebenso in die Erstellung und Projektleitung der firmeneigenen Whitepaper eingebunden.

Firmenprofil

Die **Siebel GmbH Design und Werbeagentur** ist eine 1984 gegründete Werbeagentur für Digital- und Printmedien mit Schwerpunkt B2B in Bensheim an der Bergstraße. Zum Leistungsumfang gehören neben Corporate Design, Printmedien und Verpackungsdesign auch digitale Marketinginstrumente wie Webseiten, Portale, Datenbanken und Social Media. Die Agentur ist bundesweit und im benachbarten Ausland zumeist für mittlere und große Kunden auf Projektbasis tätig. Das Aufgabenspektrum reicht von Beratung und Design über Druckvorlage und Programmierung bis hin zum Produktionsservice bzw. kompletten Projektmanagement bei Marketingmaßnahmen verschiedenster Art. Weitere Informationen finden Sie unter www.siebel.de.

Siebel GmbH Design- und Werbeagentur

Dalbergergasse 3–5
64625 Bensheim · Deutschland
Telefon: +49 (0) 6251 10000
E-Mail: info@siebel.de
Web: www.siebel.de

Social Media

Siebel GmbH · Design- und Werbeagentur

 siebel.de/blog

 facebook.com/siebelgmbh