

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XXI
Literaturverzeichnis.....	XXV
Einführung	1
A. Das Recht der Bundesrepublik Deutschland	5
B. Das Recht der Vereinigten Staaten von Amerika	111
C. Vergleich der Ergebnisse der Untersuchung der deutschen und amerikanischen Parodie-Rechtsprechung	259
D. Schlüsse für das deutsche Recht	281
Anhänge	301
Sachverzeichnis	319

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XXI
Literaturverzeichnis	XXV
I. Literatur zum deutschen Recht	XXV
II. Literatur zum US-amerikanischen Recht	XXIX
1. Kommentare und Lehrbücher	XXIX
2. Aufsätze	XXX
II. Nicht-juristische Literatur	XXXV
Einführung	1
A. Das Recht der Bundesrepublik Deutschland	
I. Die Behandlung der Parodie im deutschen Recht	5
1. Das Urheberrecht und die Parodie im Wertesystem des Grundgesetzes ..	5
2. Die Behandlung der Parodie im Urheberrecht	10
II. Die Behandlung der Parodie durch die Rechtsprechung	11
1. Begriffsbestimmung und Beispielsfälle	11
a. Begriffsbestimmung durch die Rechtsprechung – abstrakte Umschreibung	11
b. Beispielsfälle	12
2. Die Voraussetzungen des § 24 Abs.1 UrhG	13
a. Abgrenzung des Schutzbereiches der Vorlage und Vergleich der beiden Werke	17
b. Benutzung	20
c. Urheberrechtsschutzfähigkeit des Zweitwerkes	21
d. Ein selbständiges, in freier Benutzung geschaffenes Werk	21
3. Parodie und freie Benutzung	22
a. Prüfungsmodell der <i>Disney</i> -Entscheidung – Erkennbarkeit und Erforderlichkeit	23
aa. Objektive Erkennbarkeit	24
bb. Kein Freibrief für Parodien	24
cc. Erforderlichkeit und Notwendigkeit der Entlehnung zur Erzielung parodistischer Wirkung	25
b. Die Parodie-Urteile der Instanzgerichte	26
aa. Antithematische Aussage	27
(1) Keine antithematische Behandlung	28
(2) Obszöne Parodien	30
(3) Anerkannte antithematische Behandlungen	32
bb. Das Objekt der antithematischen Behandlung	33
cc. Objektive Erkennbarkeit	35
dd. Subjektive Gesichtspunkte	36
ee. Erforderlichkeit	36
ff. Zusammenfassende Betrachtung und Bewertung	37
c. Die <i>Asterix</i> -Parodien-Entscheidungen des BGH	38
aa. Die <i>Asterix</i> -Parodien auf der Prüfbank	39
bb. Die Freiheit der Benutzung – das Kriterium des inneren Abstands ..	40

cc. Einhalten eines inneren Abstands bei künstlerischer Auseinandersetzung mit der Vorlage.	41
dd. Neues zum Parodiebegriff?	41
ee. Erkennbarkeit – Freiraum für anspruchsvolles künstlerisches Schaffen	44
ff. Erforderlichkeit der Übernahme	44
gg. Zusammenfassung und Bewertung	45
hh. Fallbeispiele aus den <i>Asterix-Parodien</i> -Entscheidungen.	47
(1) Freie Benutzung mangels Schutzbereichsverletzung.	47
(2) Keine Auseinandersetzung, keine freie Benutzung	48
(3) Freie Benutzung aufgrund künstlerischer Auseinandersetzung.	50
(4) Freie Benutzung ohne künstlerische Auseinandersetzung.	51
d. Die <i>Mattscheibe</i> -Entscheidung des BGH.	52
aa. Die Freiheit der Benutzung – auch für Satiren	53
bb. Die allgemeinen Grundsätze der freien Benutzung als Leitfaden	55
(1) Die Erforderlichkeit der Übernahme	55
(2) Die moralische Qualität der Auseinandersetzung.	57
4. Zulässigkeit der Parodie unter den Voraussetzungen der Zitierfreiheit nach § 51 UrhG	57
a. Selbständiges Werk	59
b. Der Begriff des Sprachwerks	59
c. Zulässiger Umfang der Übernahme.	60
aa. Stellen eines Werkes	60
bb. Durch den Zitat zweck gebotener Umfang	61
cc. Keine unzumutbare Beeinträchtigung von Interessen des Urhebers, insbesondere an der Nutzung des zitierten Werkes	62
d. Änderungsverbot und Quellenangabe	63
e. Rechtsprechung	64
f. Bewertung der Übernahmen im Fall der „ <i>Lachenden Sonne</i> “ nach den Regeln der freien Benutzung und der Zitierfreiheit.	66
g. Die <i>Heiner Müller</i> -Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts vom 29.06.2000	69
5. Wettbewerbsrechtliche Aspekte	71
6. Titelschutz.	74
7. Die persönlichkeitsrechtlichen Interessen des Urhebers	75
a. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht	76
aa. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht in Abgrenzung zum Urheberpersönlichkeitsrecht	76
bb. Schranken des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	78
b. Das Integritätsinteresse des Urhebers	79
c. Die Berücksichtigung der ideellen Interessen der Urheber parodierter Werke in der Judikatur	81
aa. Das Integritätsrecht des Urhebers	81
bb. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Urhebers	82
8. Die Beurteilung der <i>Asterix-Parodien</i> durch ein Strafgericht	83
III. Positionen in der Literatur	88
1. Reaktionen auf die Rechtsprechung	90
a. Die <i>Disney</i> -Entscheidung des BGH.	90
b. Die <i>Asterix-Parodien</i> -Entscheidung des BGH	93
2. Lösungsansätze zur Begriffsbestimmung und Behandlung der Parodie im Urheberrecht	95
a. Der Vorschlag <i>Heftis</i> : Einführung einer speziellen Vorschrift zur Behandlung der Parodie	95

b. Der Vorschlag <i>Plathos</i> : Eine „freie Bearbeitung“ nach § 23 UrhG. . .	98
c. Der Vorschlag <i>Schmieders</i> : Subsumtion unter die Zitierfreiheit, § 51 Nr. 2 UrhG.	101
d. Der Vorschlag von <i>Hess</i> : Restriktive Definition des Parodiebegriffs .	102
e. Stellungnahme	106
 B. Das Recht der Vereinigten Staaten von Amerika	
I. Überblick über die US-amerikanische Urheberrechtsordnung	111
1. Die Natur des anglo-amerikanischen Urheberrechts	111
2. Die Quellen des US-amerikanischen Urheberrechts	112
3. Schutzvoraussetzungen	115
4. Schutzgegenstand – „ <i>works of authorship</i> “	116
5. Schutzzumfang	117
6. Schutzdauer	118
7. Inhalt des Urheberrechts	118
8. Inhaber des <i>Copyright</i>	118
9. Der Schutz von Urheberpersönlichkeitsrechten – <i>moral rights</i>	119
a. Historischer Überblick	119
b. Der Beitritt der USA zur Revidierten Berner Übereinkunft 1988 . . .	122
c. Der <i>Visual Artists Rights Act</i> von 1990	124
10. Urheberrechtsverletzungen	127
11. Schranken des Urheberrechts.	130
a. Ein Überblick über <i>fair use</i> als Billigkeitsregel.	130
b. Die Rechtsprechungsgrundsätze zu den einzelnen <i>fair use</i> -Faktoren .	135
aa. Der Zweck und Charakter der Benutzung einschließlich der Frage, ob der Gebrauch kommerzieller Natur ist oder gemein- nützigen Erziehungs- und Unterrichtszwecken dient	135
bb. Die Natur des urheberrechtlich geschützten Werkes	138
cc. Der Umfang und die Bedeutung des entlehnten Teils im Ver- hältnis zum urheberrechtlich geschützten Werk als Ganzem . . .	138
dd. Die Auswirkung der Benutzung auf den potentiellen Verkaufs- markt und auf den Wert des urheberrechtlich geschützten Werkes	140
12. <i>Copyright</i> und <i>First Amendment</i>	141
II. Die Behandlung der Parodie in der instanzgerichtlichen Rechtsprechung bis zur <i>Campbell</i>-Entscheidung des <i>Supreme Court</i>	145
1. Anerkennung der Parodie als <i>fair use</i> ? – Der Zwist zwischen dem zweiten und neunten Gerichtsbezirk	146
a. Behandlung der Parodie als normale Benutzung oder Anerkennung der Besonderheiten im Rahmen des <i>fair use</i>	146
b. Die Anerkennung der Parodie als Ausdruck kreativen Schaffens. . .	148
c. Die Rechtsprechung anderer Bezirke.	151
2. Der erste <i>fair use</i> -Faktor: Zweck und Charakter der Benutzung	152
a. Der kommerzielle Charakter der Benutzung	152
aa. Das Kriterium des eigenständigen Charakters des zweiten Werkes	153
bb. Die Differenzierung anhand des Nutzungszwecks	155
cc. Das Problem der Parodie in der Werbung (<i>commercial parodies</i>)	156
dd. Die Behandlung der <i>appropriation art</i> im Falle <i>Rogers v. Koons</i> .	161
ee. Zusammenfassung	162
b. „ <i>The propriety of the defendant's conduct</i> “	162
aa. Obszöne Parodien.	163
bb. Die Gutgläubigkeit des Parodisten	165
cc. Zusammenfassende Bewertung	168

c. Der Parodiebegriff in der amerikanischen Rechtsprechung	168
aa. Anfänglicher Verzicht auf eine Definition	168
bb. Erste Definition: Die komische Wirkung	169
cc. Das Merkmal des kritischen Kommentars	170
dd. Das Ziel der Kritik	171
ee. <i>Appropriation art</i> als Parodie?	173
ff. Zusammenfassung	175
3. Der zweite <i>fair use</i> -Faktor: Die Natur des geschützten Werkes	175
4. Der dritte <i>fair use</i> -Faktor: Der Umfang und die Bedeutung des verwendeten Teils im Verhältnis zum urheberrechtlich geschützten Werk als Ganzem	177
a. Der neunte <i>Circuit</i> : fast vollständige Übernahmen sind kein <i>fair use</i>	177
b. Der zweite <i>Circuit</i> : der <i>conjure up</i> -Test.	178
c. Konkretisierung des <i>Benny</i> -Tests und die Frage der Notwendigkeit der Übernahme anhand neuer Bewertungskriterien.	180
d. Annäherung der Rechtsprechung beider Bezirke	181
e. Zusammenfassung	183
5. Der vierte <i>fair use</i> -Faktor: Die Auswirkung der Benutzung auf den potentiellen Verkaufsmarkt und auf den Wert des urheberrechtlich geschützten Werkes	184
a. Bestimmung des relevanten potentiellen Marktes	184
aa. Bestimmung des relevanten potentiellen Marktes nach dem Inhalt des <i>Copyright</i>	185
bb. Bestimmung des relevanten potentiellen Marktes nach der Funktion und Wirkung der Benutzung aus der Perspektive des Verbrauchers.	187
b. Beeinträchtigung des Wertes der Vorlage.	188
aa. Unbeachtlichkeit der in der Parodie enthaltenen Kritik an der Vorlage	188
bb. Auswirkung obszöner Benutzung	189
cc. Parodien in der Werbung	191
6. Die Parodie im Lichte des <i>First Amendment</i>	193
III. Die Positionen in der amerikanischen Literatur.	194
1. Reaktionen auf die frühen Parodie-Urteile.	194
a. Literarische Tradition	194
b. Verfassungsrechtliches Postulat des <i>Copyright Act</i>	195
c. Bewertung der Gewinnerzielungsabsicht des Parodisten	196
d. Abweichende Ansichten	197
2. Bewertung der späteren Rechtsprechung durch die Literatur: „inconsistent and irreconcilable“	199
a. Die kommerzielle Natur der Benutzung: „No man, but a blockhead ever wrote except for money.“	200
b. Kritik an der Anwendung des <i>substantiality-test</i>	202
c. Die Prüfung der Marktbeeinträchtigung	204
d. Die Parodiedefinition	206
e. Kritik am weiten Ermessen der Gerichte	208
aa. Unbestimmtheit der Rechtsprechungsgrundsätze: „[o]nly one thing is impossible to god, to find any sense in any copyright law on this planet“	208
bb. Die Behandlung obszöner Parodien durch die Rechtsprechung	210
(1) Die Rechtsprechung als rezensensorische und moralische Instanz	210
(2) Schutz der Persönlichkeitsrechte des parodierten Urhebers	211
(3) <i>First Amendment</i> -Implikationen	212
(4) Auswirkungen	213

3. Die Bedeutung der Parodie in der amerikanischen Literatur und Gesellschaft	214
4. Lösungsansätze aus der Literatur	216
a. Lösung außerhalb der <i>fair use</i> -Doktrin über eine Definition des Parodiebegriffs	217
aa. Identität zwischen Vorlage und Objekt der Parodie als Voraussetzung der Parodiedefinition	217
bb. Andere Parodiedefinitionen.	218
cc. Kritik an den Parodiekonzepten der Literatur	219
b. Prüfung im Rahmen der <i>fair use</i> -Ausnahme unter Berücksichtigung der verfassungsrechtlichen Zielsetzung des <i>Copyright</i> -Systems	220
c. <i>Clemmons</i> Modell: Gutgläubigkeit des Parodisten und Zahlung angemessener Lizenzgebühren.	223
IV. Die Entscheidung des <i>Supreme Court</i> in <i>Campbell v. Acuff-Rose Music, Inc.</i>	226
1. Sachverhalt und Entscheidungen der Vorinstanzen	227
2. Die Entscheidung des <i>Supreme Court</i>	229
a. Ausgangspunkt der Überlegungen	229
b. The purpose and character of the use, including whether such use is of a commercial nature or is for nonprofit educational purposes. .	230
aa. Einführung des Merkmals der „Umgestaltung“ (<i>transformative value</i>)	230
bb. Der <i>transformative value</i> parodistischer Benutzungen und die Definition des Parodiebegriffs	231
cc. Unterscheidung zwischen Parodien und Satiren.	232
dd. Erkennbarkeit des parodistischen Charakters der Benutzung ...	233
ee. Bewertung der kommerziellen Natur des nachgeschaffenen Werkes	234
ff. Gutgläubigkeit des Beklagten hinsichtlich des <i>fair use</i> Charakters der Benutzung.	235
c. The nature of the copyrighted work	236
d. The amount and substantiality of the portion used in relation to the the copyrighted work as a whole	236
aa. Sonderregeln für die Parodie.	236
bb. Grenzen der erlaubten Übernahme	237
e. The effect of the use upon the potential market for or value of the copyrighted work	239
aa. Zur Vermutungswirkung im Fall der kommerziellen Natur der Benutzung.	239
bb. Kein abgeleiteter Markt für Kritik.	239
cc. Unterscheidung zwischen „reinen“ und anderen Parodien.	240
f. Die abweichende Ansicht von <i>Justice Kennedy</i>	241
g. Zusammenfassung	242
3. Die Literatur zur <i>Campbell</i> -Entscheidung des <i>Supreme Court</i>	244
4. Neue Lösungsvorschläge	247
a. Einführung eines gesetzlichen Lizenzsystems.	247
aa. Gesetzliches Lizenzsystem im <i>Copyright Act 1976</i>	248
bb. Lösungsvorschläge	248
b. Parodie und Urheberpersönlichkeitsrechte	250
5. Instanzgerichtliche Entscheidungen nach <i>Campbell</i>	251
a. <i>Leibovitz v. Paramount Pictures Corp.</i>	251
b. <i>Dr. Seuss Enterprises v. Penguin Books USA</i>	254
c. Zusammenfassende Bewertung	256

C. Vergleich der Ergebnisse der Untersuchung der deutschen und amerikanischen Parodie-Rechtsprechung

I. Vergleichende Zusammenfassung der Ergebnisse der Untersuchung	259
1. Ansatzpunkte für die Behandlung der Parodie im deutschen und amerikanischen Urheberrecht	259
a. Feststellung einer Benutzung	259
b. Unterschiede zwischen dem Institut der freien Benutzung und dem Tatbestand des <i>fair use</i>	260
2. Die Parodiedefinitionen	263
a. Das Objekt der Parodie	263
b. Objektive Erkennbarkeit des parodistischen Charakters des zweiten Werkes	265
c. Stilmittel der Parodie und Abgrenzung zur Satire	267
d. Bedeutung des Parodiebegriffs für die Prüfung der urheberrechtlichen Zulässigkeit	268
3. Die Bewertung der Natur der Vorlage	270
4. Die Beurteilung des Umfangs der Übernahme durch die Parodie	270
5. Die Beurteilung obszöner Parodien und die Berücksichtigung der Persönlichkeitsrechte des ersten Urhebers	273
6. Der Wettbewerbsaspekt	275
a. Die Kommerzialität der Benutzung	276
b. Die Bösgläubigkeit des Parodisten	277
c. Die Auswirkungen der beanstandeten Benutzung auf den potentiellen Verkaufsmarkt und den Wert des geschützten Werkes	278
7. Stellungnahme	279

D. Schlüsse für das deutsche Recht

I. Übertragung des Wettbewerbsaspektes in die Prüfung der freien Benutzung	281
1. <i>Chakrabortys</i> Vorschlag: Einführung eines wettbewerbliehen Abgrenzungskriteriums für die Unterscheidung zwischen freier und unfreier Benutzung	281
2. Grundsätzliche Überlegungen zur Übertragung des Faktors der Marktbeeinträchtigung in die Prüfung der freien Benutzung	283
a. Unterschiede zwischen freier Benutzung und <i>fair use</i>	283
b. Nutzen der Berücksichtigung des Wettbewerbs für die Beurteilung der freien Benutzung im Fall der Parodie	284
c. Das Bearbeitungsrecht des Urhebers der Vorlage	286
d. Zusammenfassung	286
3. Ausgleich zwischen den Interessen des Urhebers der Vorlage und des Parodisten	287
4. Beurteilung der Parodie nach den Voraussetzungen des § 51 Nr. 2 UrhG	289
II. Schlüsse für das deutsche Recht	291
1. Lösung <i>de lege ferenda</i> : Die Einführung eines allgemeinen Rechtfertigungstatbestandes unter Berücksichtigung der Meinungs- und Kunstfreiheit sowie von Wettbewerbsaspekten	293
a. Zweck der Benutzung	294
b. Beeinträchtigung des urheberrechtlichen Verwertungsrechtes	295
c. Zahlung einer angemessenen Entschädigung	295
d. Zulässiger Umfang der Übernahme	296
e. Urheberpersönlichkeitsrechtliche Belange	297
f. Zusammenfassung	297
2. Lösung auf der Grundlage des geltenden Rechts	298

Anhänge

Anhang I: US-amerikanische Gesetzgebung	302
Anhang II: Parodie-Beispiele	305
Sachverzeichnis	319