

Inhaltsverzeichnis

1	Wegweiser der urheberrechtlichen Lizenzprüfung und Grundbegriffe	1
1.1	Prüfungsschema zur praktischen Arbeit mit diesem Buch – die vier Schritte der urheberrechtlichen Lizenzprüfung im Überblick	3
1.1.1	Schritt 1 – Unterliegt die zu publizierende Darstellung dem Urheberrecht?	4
1.1.2	Schritt 2 – Ist die Darstellung inzwischen durch Zeitablauf „gemeinfrei“ geworden?	4
1.1.3	Schritt 3 – Habe ich eine vertragliche Lizenz zur Publikation der Darstellung erworben?	4
1.1.4	Schritt 4 – Besteht eine gesetzliche Lizenz zu meinen Gunsten, die fremde Darstellung zu publizieren?	5
1.2	Lizenzen, Lizenzgeber und Lizenznehmer	5

VIII Inhaltsverzeichnis

1.3	Vertragliche und gesetzliche Lizenzen zur Nutzung fremder Bilder	7
1.3.1	Schutz der individuellen geistigen Leistung als Werk	7
1.3.2	Leistungsschutzrechte	9
1.3.3	Inhalte aus Datenbanken	9
1.4	Wer urheberrechtliche Lizenzen vergeben kann	10
1.4.1	Schöpfer kann nur eine natürliche Person sein	11
1.4.2	Welche Leistungen schützt das Urheberrecht?	12
1.5	Möglichkeiten des Lizenzerwerbs	12
1.5.1	Modelle des vertraglichen Lizenzerwerbs	12
1.5.1.1	Rights-Managed-Lizenzen der Bildagenturen	13
1.5.1.2	Royalty-Free-Lizenzen der Bildagenturen	14
1.5.1.3	Mischformen der beiden Lizenzmodelle der Bildagenturen	14
1.5.1.4	Lizenzerwerb bei Fotoaufträgen	14
1.5.1.5	Lizenzerwerb in Beschäftigungsverhältnissen	15
1.5.1.6	Halbkommerzielle Lizenzen	16
1.5.1.7	Community Bilddatenbanken	16
1.5.1.8	Offene Bildungsmaterialien	17
1.5.1.9	Wikimedia Commons	17
1.5.1.10	Pressematerial „Hand-outs“	17
1.5.1.11	„Public Domain“	18
1.5.1.12	Die kollektiven Lizenzen der Verwertungsgesellschaften	18
1.5.1.13	Die kollektiven Lizenzen mit erweiterter Wirkung der Verwertungsgesellschaften	18
1.5.2	Vom Gesetzgeber definierte Lizenzen	20

1.6	Der Lizenzumfang und die Lizenzketten	20
1.6.1	Lizenzumfang	20
1.6.2	Lizenzketten	21
1.7	Vertraglicher Lizenzerwerb der Lehrenden sowie der Fortbildungs- und Vortragsveranstalter	25
1.7.1	Lizenzerwerb für fremde Bilder in Präsentationen durch die Dozentinnen und Dozenten	25
1.7.2	Folgehandlung „Vervielfältigung“ der Präsentation durch den Bildungsträger	26
1.7.2.1	Zustimmung zur Vervielfältigung und zur Zugänglichmachung	26
1.7.2.2	Stockmedien der Stockagenturen und die Weiterlizenzierung bei Präsentationen	27
1.7.3	Folgehandlung der Veröffentlichung der Präsentation im Internet durch den Bildungsträger	27
1.8	„Standardlizenzen“ der Stockagenturen	29
1.8.1	Ausschluss des Erwerbes exklusiver Nutzungsrechte	29
1.8.2	Auslegung von Lizenzbedingungen	30
1.8.2.1	Auslegung von allgemeinen Geschäftsbedingungen nach dem BGB	30
1.8.2.2	Auslegung entsprechend Urheberrechtsgesetz	31
1.8.3	Standardlizenzen von „Adobe Stock“ und „iStock“ und das Recht zur Weitergabe zur Nutzung durch Dritte?	32
1.8.3.1	Der Begriff „Weitergabe“	32
1.8.3.2	Adobe Stock und Social-Media Nutzungen unter einer Standardlizenz	33

1.8.3.3	iStock und Social-Media-Nutzungen unter einer Standardlizenz	34
1.8.4	Erlauben die Standardlizenzen von Adobe Stock und iStock die Überlassung ihrer Medien durch den Lizenznehmer an weitere Nutzer?	35
1.8.4.1	Übertragung von Inhalten der Agentur Adobe Stock bei einer Standardlizenz	35
1.8.4.2	Erwerb einer Lizenz zu Gunsten Dritter bei der Agentur iStock unter einer Standardlizenz	36
	Literatur	38
2	Urheberrechtlich wenig relevante und nicht relevante Nutzungen	39
2.1	Ablauf der urheberrechtlichen Schutzfristen	39
2.1.1	Erlöschen des Urheberrechts	40
2.1.2	Erlöschen von Leistungsschutzrechten	40
2.2	Exkurs: Gemeinfreie Gemälde der Museen	41
2.2.1	Eigentumsrechte an gemeinfreien Werken und Besucherordnungen	41
2.2.1.1	Eigentumsrechte	41
2.2.1.2	Besucherordnung und Fotoverbot	43
2.2.2	Urheberrechtlicher Schutz von Gemälde-Reproduktionen	44
2.3	Gemeinfreiheit durch Deklaration nicht möglich	45
2.4	Die Linkfreiheit	46
2.5	„Es ist doch nur privat!“	47
2.5.1	Private Nutzungen kann es nur durch natürliche Personen geben	48
2.5.2	Private Nutzungen und Cloud-Dienste	49
2.6	Die Nutzung amtlicher Werke	50
	Literatur	52

3	Urheberrechtliche Schranken zur Förderung der Wissensgesellschaft	53
3.1	Die Schranken der Rechtsausübung	54
3.1.1	Die Grenzen der Schranken	55
3.2	Die wichtigsten gesetzlichen Lizenzen zur Bildnutzung im Überblick	57
3.2.1	Das Zitatrecht	57
3.2.2	Bearbeitungen, Umgestaltungen, Montagen und Collagen	61
3.2.3	Karikatur, Parodie und Pastiche	61
3.2.4	„Panoramafreiheit“	67
3.2.5	Unwesentliches Beiwerk	70
3.2.6	Berichterstattung über Tagesereignisse	70
3.2.7	Übernahme von Zeitungsartikeln gemäß § 49 UrhG	73
	Literatur	78
4	Das Urheberrechts-Diensteanbieter-Gesetz (UrhDaG)	79
4.1	Funktionsweise und Berechtigungskonzepte des UrhDaG	79
4.1.1	Das UrhDaG aus der Perspektive der Nutzer – Überblick zu den Lizenzen und Berechtigungskonzepten	80
4.1.2	Konzept der mutmaßlich erlaubten Nutzung	82
4.1.3	Keine erheblichen Einnahmen	83
4.1.4	Zu „nicht kommerziellen Zwecken“	83
4.2	Unternehmens- und Behörden-Postings – Wer ist durch das UrhDaG begünstigt?	84
4.2.1	Postings der privaten Unternehmen	84
4.2.2	Postings der öffentlichen Stellen	84
5	Open-Content-Konzepte und Lizenzen	87
5.1	Sinn und Funktion von Open-Content-Lizenzen	87
5.2	Am Anfang ist der Wille – Eine Übersicht zu den Open-Content-Bewegungen	90

5.3	Gestaltung von Open-Content-Lizenzen in sieben Schritten	91
5.3.1	Die Creative-Commons-Lizenzen	92
5.3.2	Vorgehen bei der Lizenzierung mittels Creative Commons	92
5.3.2.1	Schritt 1 – Habe ich das Recht, das Werk unter CC zu verbreiten?	95
5.3.2.2	Schritt 2 – Finanzielle Wertschöpfung unmöglich, will ich das wirklich?	95
5.3.2.3	Schritt 3 – CC oder Public Domain?	95
5.3.2.4	Schritt 4 – Soll Ihr Werk kommerziell genutzt werden dürfen?	97
5.3.2.5	Schritt 5 – Bearbeitungen erlauben?	98
5.3.2.6	Schritt 6 – Darf zu anderen CC-Bedingungen verbreitet werden, als Sie es ursprünglich getan haben?	98
5.3.2.7	Schritt 7 – Ehre wem Ehre gebührt – Namensnennung	99
5.4	Open Content aus der Sicht der Urheber und Urheberinnen	101
5.4.1	Freie Fotografinnen und Fotografen	102
5.4.2	Werke von Arbeitnehmern und Arbeitnehmerinnen	104
5.4.3	Werke von Professorinnen und Professoren	104
5.4.4	Werk von Studierenden	105
5.5	Bedenken und Rechte der Geber offener Lizenzen	105
5.5.1	Fair-Use-Grundsatz nicht anwendbar	106
5.5.2	Vertragliche Grenzen bei Creative-Commons-Inhalten	106

5.5.3	Schutz durch CC-Bedingung zur Namensnennung	107
Literatur		109
6	Spezielle gesetzliche Lizenzen zur Privilegierung von Wissenschaft, Forschung, Lehre und Kultur	111
6.1	Geltung des Urheberrechts-Wissensgesellschafts- Gesetz	111
6.1.1	Aufbau des Urheberrechts- Wissensgesellschafts-Gesetz	113
6.1.2	Bedingungen der Nutzung für den Unterricht und die Lehre	114
6.1.3	Nicht kommerzieller Unterricht	115
6.1.4	Kreis der Begünstigten	117
6.1.5	Umfang der Nutzungen	117
6.2	Gesetzliche Lizenz für Unterrichts- und Lehrmedien	118
6.3	Gesetzliche Lizenz in der wissenschaftlichen Forschung	119
6.3.1	Nutzungshandlungen	119
6.3.2	Eigenschaften der begünstigten Nutzenden und der Nutzungshandlungen	120
6.4	Gesetzliche Lizenz bei Text- und Data Mining	121
6.5	Gesetzliche Lizenzen der Bibliotheken	122
6.5.1	Grundsätze und Aufbau der Regelungen	122
6.5.2	Verwendungen von Abbildungen der Buchcovers durch Bibliotheken	123
6.5.2.1	Die „Kataloganreicherung“ mit Coverabbildungen	124
6.5.2.2	Lizenz-Vereinbarung mit der Verwertungsgesellschaft Bild- Kunst	124
6.5.3	Wiedergabe von Buchcovern zur Vor- stellung von Neuerwerbungen und Buch- rezensionen	125

6.5.4	Wiedergabe von Buchcovern und weiteren Abbildungen zur Ankündigung von Veranstaltungen	126
6.5.4.1	Sinn und Zweck der Regelung	126
6.5.4.2	Abbildungen zur Ankündigung von Ausstellungen	126
6.5.4.3	Buchcover-Wiedergabe zur Ankündigung von Lesungen	127
6.5.5	Anfertigung und Verbreitung von Aus- stellungskatalogen	127
6.5.5.1	Vertragliche Lizenzen	127
6.5.5.2	Gesetzliche Lizenz „Katalog- bildfreiheit“	128
6.6	Lizenzen der Archive, Museen und Bildungsein- richtungen	129
6.7	Lizenzen zur Verbreitung nicht verfügbarer Werte	130
6.7.1	Erweiterter Anwendungsbereich für Kulturerbe-Einrichtungen	131
6.7.2	Lizenzwerb bei nicht verfügbaren Werken über Verwertungsgesellschaften	132
6.7.2.1	Begriff „kollektive Lizenzen mit erweiterter Wirkung“	132
6.7.2.2	Merkmal der Unzumutbarkeit	133
6.7.2.3	Zweck der Regelungen	133
6.7.2.4	Erstreckung der Lizenz auf verwandte Schutzrechte	134
6.7.2.5	Begrenzung der Privatauto- nomie außenstehender Urheber und Urheberinnen	135
6.7.2.6	Vergütungen der Nutzungen	135
6.7.2.7	Eintragung nicht verfügbarer Werke	135
6.7.3	Voraussetzungen zur Verbreitung nicht verfügbarer Werke gemäß § 61d UrhG	136
6.8	Lizenz zur Nutzung verwaister Werke	137

6.8.1	Gesetzliche Lizenz zur Nutzung verwaister Werke	137
6.8.2	Verwaiste Werke und die vertragliche Lizenz mit erweiterter Wirkung	138
6.9	Bildnachweise und ihre Bestandteile	140
6.9.1	Anerkennung der Urheberschaft	140
6.9.2	Gesetzliche Pflicht zur Nennung der Quelle	140
6.9.3	Ausführung der Bildnachweise	142
6.10	Vergütung der gesetzlichen und vertraglichen Nutzungen	142
6.10.1	Vergütungsansprüche gesetzliche Lizenzen	142
6.10.2	Vergütungspraxis über Verwertungsgesellschaften	143
6.10.2.1	Vergütungen bei gesetzlich erlaubten Nutzungen	143
6.10.2.2	Vergütungen bei vertraglichem Lizenzerwerb	145
	Literatur	145
7	Personenfotos – „Recht am Bild“ und Datenschutz	147
7.1	Datenschutz bei der Öffentlichkeitsarbeit	149
7.1.1	Verfassungsrechtlicher Hintergrund der Öffentlichkeitsarbeit „öffentliche Einrichtungen“	149
7.1.1.1	Ist die Öffentlichkeitsarbeit staatlicher Einrichtungen im Bereich der Wissenschaft, Lehre und Kultur gelockert?	150
7.1.1.2	Erfordernis der Themenkompetenz	151
7.1.1.3	Äußerungskompetenz kraft partieller Grundrechte	151
7.1.2	Kommunikationsrechte privater Einrichtungen	152

7.2	Rechtsgrundlagen zur Arbeit mit Personenfotos bei der Öffentlichkeitsarbeit	152
7.2.1	Kein Personenfoto ohne Rechtsgrundlage	153
7.2.2	Anzuwendende Datenschutzgesetze bei der Öffentlichkeitsarbeit	154
7.2.3	Praktikabilität einer Rechtsgrundlage im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit	154
7.2.3.1	Fotos von Beschäftigten	155
7.2.3.2	Veranstaltungsfotografie	155
7.2.3.3	Image- und Werbeproduktionen	156
7.2.4	Zulässigkeit der praktikablen Rechtsgrundlage	157
7.2.4.1	Einwilligungen	157
7.2.4.2	Spezialfall der Einwilligungen unter Berücksichtigung der Open-Content-Nutzungen	158
7.2.4.3	Model-Verträge und Verträge mit Vortragenden	159
7.2.4.4	„Interessen-Rechtsgrundlagen“	160
7.2.4.5	Fotos verstorbener Personen	163
7.2.5	Umsetzungen der Informationspflichten	163
7.2.5.1	Informationspflichten und die Einwilligungserklärung	164
7.2.5.2	Informationspflichten bei Model-Verträgen	164
7.2.5.3	Informationspflichten bei Interessen-Rechtsgrundlagen“	164
7.3	Rechtsgrundlagen bei der Arbeit mit Personenfotos in der Lehre, Wissenschaft und Kunst	166
7.3.1	Anwendbare Datenschutzregelungen im Bereich der Wissenschaft, Lehre und Kultur bei Anfertigung und Nutzung von Personenfotos	167
7.3.1.1	Privilegien im Bereich der Wissenschaft, Lehre und Kultur	168

	7.3.1.2	Begünstigte der Lockerungen von datenschutzrechtlichen Regelungen	169
	7.3.1.3	Überblick zu den privilegierenden Erlaubnissen im Bereich der Wissenschaft, Lehre und Kultur	171
7.3.2		Fallkonstellationen und Lösungen im Rahmen von Kunst und Forschung	172
	7.3.2.1	Beispielfall Fotoexkursion der Studierenden	172
	7.3.2.2	Beispielfall Forschungsarbeit mit historischen Fotos zu „Kinderbetreuung in der DDR“	174
	7.3.2.3	Beispielfall Passanten im Architekturfoto	175
7.3.3		Videoschaltungen zum Zweck der Lehre	176
	7.3.3.1	Rechtsgrundlage für die Verarbeitung personenbezogener Daten im Online-Unterricht – Stellungnahme des LfDI	176
	7.3.3.2	Einsatz geschäftsmäßig erbrachter Videokonferenzdienste – Stellungnahme der Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit in NRW	177
7.4		Rechtsgrundlagen zur Langzeitarchivierung von Personenfotos	178
	7.4.1	Archivierung im „berechtigten Interesse“ Art. 6 Abs. 1 Buchst. f DSGVO	179
	7.4.2	Praxis: Einwilligung und Informationspflichten	180
	7.4.3	Fotoarchivierung aufgrund möglicher Rechtsstreitigkeiten ist keine Lösung	180

7.4.4	Lösung zur Archivierung der Fotodaten gemäß Art. 17 Abs. 3 Buchst. a DSGVO – „freie Meinungsäußerung und Information“	181
Literatur		182
8	Gewerbliche Schutzrechte bei der Arbeit mit Grafiken, Videos und Fotos	183
8.1	Fremde Marken im Bild	184
8.1.1	Die Marke darf grundsätzlich nicht ohne Erlaubnis des Inhabers in den geschäft- lichen Verkehr gebracht werden	184
8.1.2	Duldung der Nutzung bei über- wiegenden Kommunikationsrechten der Verwender	185
8.1.3	Markenrechtsverletzung	187
8.1.4	Marken in Open-Content- Publikationen	188
8.2	Fremde Designs im Bild	189
8.2.1	Designschutz schließt auch Abbildungen fremder Gestaltungen ein	189
8.2.2	Abbildungen geschützter Designs im kommerziellen Kontext	189
8.2.3	Abbildungen fremder Designs zum Zweck der Lehre und als Zitat	190
8.3	Urheberrechtlicher Schutz von Produktgestaltungen	191
8.4	Unternehmenspersönlichkeitsrecht	193
Literatur		194