

# **LESEPROBE**

Birgit Menche  
Urheber- und Verlagsrecht

**urheberrechtlich geschützt**

# LESEPROBE

**Basics – buch & medien** Band 2

Herausgegeben von Klaus- W. Bramann und Anke Vogel

urheberrechtlich geschützt

# LESEPROBE

Birgit Menche

## Urheber- und Verlagsrecht

**:Bramann**

urheberrechtlich geschützt

# LESEPROBE

Redaktionsschluss des vorliegenden Bandes ist der 20. Januar 2017. Auf gravierende Änderungen in der Gesetzeslage wird auf der Website des Verlags ([www.bramann.de](http://www.bramann.de)) hingewiesen.

Alle Titel der Reihe werden in der *Deutschen Nationalbibliografie* angezeigt.  
Die Deutsche Nationalbibliothek bietet nach Erscheinen detaillierte bibliografische Informationen unter <http://dnb.d-nb.de>.

© 2017 Bramann Verlag, Frankfurt am Main  
Alle Rechte vorbehalten.

**Einbandgestaltung und Layout**

Margarete Bramann

**Typografie**

Margarete Bramann, Frankfurt am Main

**Schrift**

GST Polo 11R

**Druck und Bindung**

CPI – Clausen & Bosse, Leck, [www.cpibooks.de](http://www.cpibooks.de)

Printed in Germany, 2017

**ISBN (Print)** 978-3-934054-55-4

**ISBN (EPUB)** 978-3-934054-74-5

urheberrechtlich geschützt

# LESEPROBE

## Inhalt

<b>Vorwort der Herausgeber .....</b>	8
--------------------------------------	---

<b>1 Rechtsrahmen für Verlage .....</b>	9
1.1 Grundrechte .....	9
1.2 Branchenspezifische Regelungen .....	11
1.3 Allgemeine Regelungen des Privatrechts .....	11
1.4 Urheberrecht und gewerbliche Schutzrechte .....	12
<b>2 Die Entwicklung des Urheberrechts .....</b>	14
2.1 Gegenstand des Urheberrechts .....	14
2.2 Eine kurze Geschichte des Urheberrechts .....	15
2.3 Rechtsquellen des Urheberrechts .....	16
2.4 Das Urheberrechtsgesetz im Schnelldurchlauf .....	17
2.5 Anwendungsbereich des Gesetzes .....	18
<b>3 Das urheberrechtlich geschützte Werk .....</b>	19
3.1 Voraussetzungen des Urheberschutzes .....	19
3.1.1 Urheberrecht in Abgrenzung zum Eigentum .....	20
3.1.2 Die persönliche geistige Schöpfung .....	20
3.2 Entstehung von Urheberschutz .....	24
3.3 Ausgewählte Werkarten .....	25
3.4 Unfreie Bearbeitung und freie Benutzung .....	31
3.5 Urheber, Urhebergemeinschaften, angestellte Urheber .....	34
<b>4 Der Inhalt des Urheberrechts</b>	37
4.1 Ideelle und wirtschaftliche Aspekte des Urheberrechts .....	37
4.2 Urheberpersönlichkeitsrechte .....	39
4.3 Verwertungsrechte .....	42
4.3.1 Verwertungsrechte in körperlicher Form .....	43
4.3.2 Verwertungsrechte in unkörperlicher Form .....	45

# LESEPROBE

4.4	Leistungsschutzrechte .....	49
4.4.1	Rechtslage für Buchverlage .....	49
4.4.2	Ausgewählte Leistungsschutzrechte .....	50
4.5	Verwertungsgesellschaften .....	54
4.5.1	Zuständigkeitsbereiche der Verwertungs- gesellschaften .....	56
4.5.2	Rechtewahrnehmung im digitalen Zeitalter .....	57
4.6	Internationale Verträge zum Schutz der Urheber .....	58
<b>5</b>	<b>Zeitliche Befristung und Schrankenregelungen</b> .....	59
5.1	Schutzfristen .....	59
5.2	Schrankenbestimmungen .....	60
5.2.1	Zitatrecht .....	61
5.2.2	Kopieren .....	64
5.2.3	Sonstige Ausnahmen .....	67
5.3	Verwaiste Werke .....	72
<b>6</b>	<b>Rechtsfolgen von Urheberrechtsverstößen</b> .....	73
6.1	Aktiv- und Passivlegitimation .....	73
6.2	Rechtliche Ansprüche .....	74
6.3	Außergerichtliche Einigung .....	77
6.4	Internetpiraterie .....	78
6.5	Verbreiterhaftung des Buchhandels .....	79
<b>7</b>	<b>Urhebervertragsrecht</b> .....	80
7.1	Nutzung im Rechtsverkehr .....	80
7.2	Ausgewählte Urheberschutzbestimmungen .....	86
7.3	Angemessene Vergütung des Urhebers .....	90
<b>8</b>	<b>Der Verlagsvertrag</b> .....	95
8.1	Rechtliche Grundlage des Verlagsvertrags .....	95
8.2	Abgrenzung zu anderen Verträgen .....	96
8.3	Rechtseinräumung .....	98
8.4	Autorenvergütung .....	100
8.5	Enthaltungspflicht und Wettbewerbsverbot .....	101
8.6	Neue Auflagen .....	101
8.7	Weitere Regelungspunkte im Verlagsvertrag .....	102
8.8	Leistungsstörungen .....	103

## 6 Inhalt

urheberrechtlich geschützt

# LESEPROBE

<b>9</b>	<b>Elektronisches Publizieren</b>	105
9.1	Rechteeinhaltung	105
9.2	Die Vergütung des Urhebers	108
9.3	Nutzungsbedingungen	110
9.4	Vertriebswege	111
9.5	Digital Rights Management Systeme	112
<b>10</b>	<b>Gewerbliche Schutzrechte</b>	113
10.1	Titelschutzrecht	113
10.2	Markenrecht	119
10.3	Design	121
10.4	Gebrauchsmuster	122
<b>11</b>	<b>Medienrecht</b>	123
11.1	Recht der Wortberichterstattung	123
11.1.1	Ausgewählte Grundrechte	124
11.1.2	Konfliktfälle	128
11.1.3	Kommerzielle Bestandteile des Persönlichkeitsschutzes	131
11.1.4	Postmortaler Persönlichkeitsschutz	131
11.1.5	Sorgfaltspflichten der Verlage	132
11.2	Recht am eigenen Bild	134
11.3	Bilder von Sachen	137
11.4	Rechtsverstöße im Bereich des Medienrechts	138
11.5	Strafverfolgungsbehörden	139
11.6	Indizierung jugendgefährdender Medien	139
<b>13</b>	<b>Preisbindung</b>	141
<b>13</b>	<b>Ausblick</b>	147
<b>13</b>	<b>Anhang</b>	149
	Verwendete und weiterführende Literatur	150
	Auswahl an weiterführenden Websites	151
	#Spotlights	152
	Abkürzungsverzeichnis	160
	Sachregister	161

## Vorwort der Herausgeber

Wer beruflich erfolgreich mit Büchern arbeiten möchte – egal ob in Verlagen, im verbreitenden Buchhandel, in der Leseförderung, in verschiedenen kulturellen Einrichtungen oder Agenturen – benötigt ein breites Wissen rund um dieses Medium. Vielfältige Wandlungsprozesse wirken sich derzeit auf die Erstellung von Produkten, den Vertrieb, die Buchvermittlung im weitesten Sinne sowie die Rezeption aus. Will man diesem Wandel in einer zunehmend digitalisierten Medienumwelt erfolgreich begegnen, müssen traditionelle Wissensbestände durch neue Informationen ergänzt werden. Die Reihe BRAMANNBasics buch & medien bietet hierfür aktuelles und komprimiertes Wissen. Als Herausgeber fungieren Klaus-Wilhelm Bramann, Verleger für Fachthemen der Medienbranche und Anke Vogel, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Buchwissenschaft an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Bei den Autoren handelt es sich um anerkannte Wissenschaftler und herausragende Praktiker, die ihre Erfahrungen aus Forschung, Lehre und Berufspraxis in ihre Darstellungen einfließen lassen.

Die Autorin dieses Bandes, Birgit Menche, ist Anwältin in Frankfurt am Main und arbeitet auf dem Gebiet des Urheber- und Verlagsrechts. Ausgehend von konkreten Fällen führt sie kenntnisreich in die Tiefen verlagsrelevanter Probleme ein und präsentiert diese gleichermaßen vielschichtig und praxisnah.

Das Wissen um urheberrechtliche Zusammenhänge gehört zu den Grundlagen verlegerischer Tätigkeit. Denn das Geschäftsmodell Verlag definiert sich in erster Linie nicht über seine Endprodukte, sondern über den Erwerb und die Vermarktung von Rechten. Der durch einen Autoren- bzw. Lizenzvertrag erworbene Content bildet das Fundament ökonomischer Wertschöpfungsketten.

## 1 Rechtsrahmen für Verlage

### Fall 1: Amt für Literatur und Verlagswesen

Für Autoren und Verlage in der ehemaligen Deutschen Demokratischen Republik spielte das Ministerium für Kultur eine wichtige Rolle. Das Amt teilte Papierkontingente zu und war

im Rahmen eines Druckgenehmigungsverfahrens für die Begutachtung und Freigabe eingereichter Manuskripte zuständig. Der Dichter Bertolt Brecht verarbeitete die Tätigkeit der Behörde im Jahre 1953 in einem kritischen Gedicht mit dem Titel *Amt für Literatur: Das Amt »verarzte« nur die Ideen der Zeitungen*, so dass »für die Werke manchen Meisters dann das Papier fehle«. Wäre ein Ministerium mit vergleichbaren Aufgaben in der heutigen Bundesrepublik vorstellbar?

Amt für Literatur und Verlagswesen (1951–1956), nach wechselnden Bezeichnungen ab 1963 ›Hauptverwaltung Verlage und Buchhandel‹

Wer für ein Medienunternehmen arbeitet oder selbst als Verleger tätig ist, muss eine Vielzahl rechtlicher Vorgaben beachten, kann aber auch Rechte für sich in Anspruch nehmen. So ist der Beruf des Verlegers, obgleich ohne Zweifel anspruchsvoll, an kein staatliches Zulassungsverfahren oder besondere Voraussetzungen geknüpft. Um einen Verlag zu gründen, reicht es zunächst, die beabsichtigte Tätigkeit beim Gewerbeamt anzumelden. Autoren, die ihr eigenes Manuskript selbst herausbringen, z.B. über eine Internetplattform öffentlich zugänglichmachen wollen, benötigen dafür noch nicht einmal einen Gewerbeschein.

### 1.1 Grundrechte

Die Rechtswissenschaft unterscheidet zwischen Öffentlichem Recht und Privatrecht. Gegenstand des öffentlichen Rechts ist im Wesentlichen das Verhältnis zwischen Staat und Bürgern. Zum Öffentlichen Recht gehören insbesondere das Grundgesetz sowie das Straf- und Verwaltungsrecht.

# LESEPROBE

Die in der Verfassung der Bundesrepublik Deutschland verankerten Grundrechte stehen in der Hierarchie rechtlicher Normen ganz oben. Sie sind für Medienunternehmen von großer Relevanz, auch wenn dies in der praktischen Arbeit nicht immer unmittelbar spürbar wird. Von überragender Bedeutung ist das in Art. 5 GG garantierte Recht auf freie Meinungsäußerung.

## GRUNDGESETZ ARTIKEL 5 ABSATZ 1

Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Bild und Schrift frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen ungehindert zu unterrichten. Die Pressefreiheit und die Freiheit der Berichterstattung durch Rundfunk und Film werden gewährleistet. Eine Zensur findet nicht statt.

Wenn es in Art. 5 Abs. 1 Satz 3 GG heißt, »Eine **Zensur** findet nicht statt«, dann ist damit eine staatliche Vorzensur gemeint, wie sie in der Deutschen Demokratischen Republik durch das Ministerium für Kultur praktiziert wurde. Eine staatliche Behörde, die im Vorfeld darüber entscheidet, ob ein Manuskript veröffentlicht werden darf oder nicht, ist mit Art. 5 GG unvereinbar. Davon zu unterscheiden sind rechtliche Maßnahmen, die nach Veröffentlichung einer Publikation eingeleitet werden. Beispiel: Eine Privatperson beantragt eine **#einstweilige Verfügung** gegen die weitere Verbreitung eines Buches, weil sie sich durch die Veröffentlichung in ihren Persönlichkeitsrechten verletzt sieht. Entsprechende Verfahren werden zuweilen umgangssprachlich als Nachzensur bezeichnet, haben aber mit dem Zensurverbot des Art. 5 GG nichts zu tun.

Die Freiheitsgrundrechte sind objektivrechtliche Wertentscheidungen der Verfassung. Sie gelten für alle Bereiche der Rechtsordnung und geben Richtlinien für Gesetzgebung, Verwaltung und Rechtsprechung vor; Gesetze müssen sich an den in der Verfassung verbürgten Grundrechten messen lassen. Beispiel: In einem Gesetzgebungsverfahren zur Reform des Urheberrechtsgesetzes wird im Rechtsausschuss des Deutschen Bundestages diskutiert, unter welchen Voraussetzungen Bibliotheken urheberrechtlich geschützte Werke erlaubnisfrei öffentlich zugänglich machen dürfen. Der Gesetzgeber hat bei Ausgestaltung einer derartigen Einschränkung der Rechte des Urhebers (**#Schrankenbestimmung**) eine Abwägung verfassungsrechtlich geschützter Güter vorzunehmen und diese miteinander in Einklang zu bringen: Auf der einen

Schrankenbestimmungen werden oft auch als Ausnahme vom Urheberrecht oder als Schranke des Urheberrechts bezeichnet.

# LESEPROBE

Seite die in Art. 2 GG geschützte Betätigungsfreiheit der Urheber und Verlage und ihre durch Art. 14 GG garantierten Eigentumsrechte, auf der anderen Seite das ebenfalls verfassungsrechtlich geschützte Recht der Allgemeinheit auf Handlungs- und Informationsfreiheit.

## 1.2 Branchenspezifische Regelungen

Einige Regelungen sind speziell auf den Buchhandel zugeschnitten. Dabei handelt es sich überwiegend um Privilegierungstatbestände, die der Doppelfunktion von Büchern als Wirtschafts- und Kulturgut Rechnung tragen. Dazu gehört in erster Linie die **#Buchpreisbindung**. Der reduzierte Steuersatz für Bücher ist die zweite wichtige Sonderregelung.

Nach den Entgelttarifen der Deutschen Post dürfen Bücher bis zu einem

Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, kartografische Erzeugnisse, Noten und Hörbücher (Hörbuchdownloads und Hörspielträger ausgenommen) unterliegen dem ermäßigten Mehrwertsteuersatz von 7%. Andere Verlagsprodukte wie Kalender und E-Books unterliegen gegenwärtig dem Regelsteuersatz von 19%. Die Entgelte für sog. E-Bundles (Printerzeugnis mit Zugangscode zum E-Book) müssen spätestens seit dem 1. Januar 2016 getrennt ausgewiesen und besteuert werden. Die Bundesregierung setzt sich dafür ein, dass in Zukunft auch für E-Books ein ermäßigter Steuersatz gilt.

festgelegten Höchstgewicht (bis 1.000 Gramm) zu günstigeren Tarifen als **Büchersendung** verschickt werden. Auch diese, auf den ersten Blick wenig spektakuläre Regelung darf in ihrer wirtschaftlichen Dimension, insbesondere für den Versandbuchhandel, nicht unterschätzt werden.

Das Urheberrechts- und das Verlagsgesetz sind keine Branchenprivilegierungen im engeren Sinne, sie haben aber naturgemäß für Verlage besondere Bedeutung.

## 1.3 Allgemeine Regelungen des Privatrechts

Das Privatrecht regelt die Rechtsbeziehungen zwischen rechtlich gleichgestellten Rechtssubjekten, z.B. zwischen Privatpersonen oder Unternehmen. Das Bürgerliche Recht und das Zivilrecht sind Teil des Privatrechts. Die meisten Vorschriften, mit denen Verlage in ihrer täglichen Arbeit in Berührung kommen, sind privatrechtlicher Natur. Dies gilt für

# LESEPROBE

das Kauf- und Handelsrecht ebenso wie für das Urheberrecht und das Verlagsrecht.

Ein wichtiger Unterschied zwischen Öffentlichem Recht und Privatrecht liegt darin, dass viele privatrechtliche Vorschriften dispositiv sind: Vertragspartner dürfen die gesetzliche Regelung einvernehmlich aufheben oder ändern. Die Beteiligten können also sagen: »Diese gesetzliche Vorschrift passt nicht auf unseren Fall, deshalb regeln wir den Punkt anders«. Das Prinzip der **Vertragsfreiheit** findet seine Grenze in zwingenden Vorschriften, die der Disposition durch die Vertragspartner entzogen sind. Häufig handelt es sich um Bestimmungen, durch die der tendenziell schwächere Vertragspartner vor Benachteiligung geschützt werden soll.

Der Grundsatz der Vertragsfreiheit gilt auch für Verlage. Sie können im Prinzip frei entscheiden, mit wem und zu welchen Bedingungen sie Verträge schließen und wie diese Verträge inhaltlich ausgestaltet sind. Selbst Autorenverträge können grundsätzlich frei ausgehandelt werden, obwohl das Verlagsgesetz die vertragliche Beziehung zwischen Verlag und Autor bis ins Detail regelt. Möglich und zulässig ist dies, weil das Verlagsgesetz fast ausnahmslos dispositivo Vorschriften enthält. Allerdings sieht insbesondere das Urheberrechtsgesetz eine Reihe **zwingender Vorschriften** zum Schutze der Urheber vor. Vertragsklauseln, die sich über eine zwingende Vorschrift hinweg setzen, sind unwirksam.

Zwingende gesetzliche Vorschriften müssen von den Vertragspartnern beachtet werden. Ein Beispiel für eine solche Regelung ist der Anspruch des Urhebers auf angemessene Vergütung.

## 1.4 Urheberrecht und gewerbliche Schutzrechte

Wer in einem Verlag arbeitet, wird mit großer Wahrscheinlichkeit mit urheberrechtlichen Fragen in Berührung kommen. Neben dem Urheberrecht gibt es eine Reihe weiterer Schutzrechte, die in der Verlagspraxis Bedeutung haben können. Das sind zum einen die gewerblichen Schutzrechte, zu denen das Patent und das Gebrauchsmuster, das Design sowie die Marke gehören.

Patente werden für technische Erfindungen gewährt, die neu sind, auf einer erfinderischen Tätigkeit beruhen und gewerblich anwendbar sind. Gebrauchsmuster haben ebenfalls technische Erfindungen zum Gegenstand, nur werden weniger hohe Ansprüche an die Erfindungshöhe gestellt. Das Design schützt ein besonderes Produktdesign.

Marken kennzeichnen Produkte und Dienstleistungen eines Unter-

# LESEPROBE

nehmens. Einem eigenen Schutzrecht, dem #Titelschutz, unterliegen die Bezeichnungen von Büchern und anderen Medienerzeugnissen.

In eine andere Kategorie von Rechten gehört der Persönlichkeitsschutz, eine besondere Ausprägung dieses Rahmenrechts ist das Recht am eigenen Bild. Mitunter ergeben sich eigentums- und besitzrechtliche Fragen, z.B. dann, wenn ein Kunstverlag Bilder veröffentlichen möchte, die einem Archiv oder einem Museum gehören.

Eine weitere praxisrelevante Materie ist das #Wettbewerbsrecht, das einen fairen Wettbewerb sichern und Verbraucher vor Irreführungen schützen soll.

WICHTIGE SCHUTZRECHTE		
SCHUTZRECHT	GEGENSTAND	ANMELDUNG IM NORMALFALL ERFORDERLICH (-/+)
URHEBERRECHT	schöpferische (kreative) Leistung	(-)
TITELSchutz	Bezeichnung von Büchern und anderen Medien	(-)
MARKE	unternehmensbezogene Bezeichnung (z.B. Wort/Bild)	(+)
DESIGN	besondere Gestaltung eines Produkts	(+)
GEBRAUCHSMUSTER	technische Erfindung	(+)
PATENT	technische Erfindung	(+)
ALLGEMEINES PERSÖNLICHKEITS-RECHT	Persönlichkeitsschutz z.B. Schutz der Privatsphäre oder der Ehre	(-)
RECHT AM EIGENEN BILD	Persönlichkeitsschutz	(-)

## 2 Die Entwicklung des Urheberrechts

Waren urheberrechtliche Fragen bis vor wenigen Jahren noch ein Thema für Fachleute, hat die Diskussion um das Urheberrecht mittlerweile eine breite Öffentlichkeit erreicht. Internet und globale Vermarktung geistiger Werke stellen Urheber und Verlage vor neue Herausforderungen. Viele Nutzer wünschen sich einen unkomplizierten und kostengünstigen – idealerweise – kostenfreien Zugang zu urheberrechtlich geschützten Inhalten; Vertreter internetaffiner Organisationen wollen das Urheberrecht am liebsten einer Radikalkur unterziehen. Gleichwohl wird ein effektiver Schutz geistiger Leistungen nach wie vor als unabdingbar für kulturellen und wirtschaftlichen Fortschritt betrachtet. Weltweit bemühen sich Staaten um einen einheitlichen Mindestschutz geistiger Leistungen. Im Mittelpunkt der aktuellen Diskussionen steht die Frage, inwieweit Inhalte frei verfügbar sein und wem die Einnahmen aus der Nutzung schöpferischer Leistungen zufließen sollen.

### 2.1 Gegenstand des Urheberrechts

Schutzgegenstand des Urheberrechts sind ausschließlich schöpferische menschliche Leistungen. Wer schöpferisch tätig ist, wird dafür mit einem **eigentumsähnlichen Recht** an dem von ihm geschaffenen Werk belohnt. Dieses subjektive Recht des Urhebers nennt man Urheberrecht. Gleichzeitig ist diese Bezeichnung der Oberbegriff für die Rechtsmaterie, die sich mit dem Schutz kreativer Leistungen befasst.

Urheberrechte bzw. die daraus abgeleiteten Nutzungsrechte sind wichtige Handels- und Wirtschaftsgüter. Unter dem Schlagwort »Kultur- oder »Kreativwirtschaft« werden Unternehmen zusammengefasst, die urheberrechtlich geschützte Güter mit Gewinnerzielungsabsicht schaf-

# LESEPROBE

fen, produzieren oder vertreiben. Dazu gehören Buchverlage und Buchhandlungen ebenso wie Musikkonzerne, Rundfunk- und Fernsehanstalten, aber auch Werbeagenturen oder die Spiele- und Softwareindustrie. Öffentlich geförderte Kultureinrichtungen, wie städtische Theater oder Museen, leisten ebenfalls einen wichtigen Beitrag zur kulturellen Vielfalt. Laut einem Bericht der Bundesregierung erreichte die Kultur- und Kreativwirtschaft im Jahr 2015 in Deutschland bei einem Gesamtumsatz von 150,4 Milliarden Euro eine Bruttowertschöpfung in Höhe von 65,5 Milliarden Euro; mehr als eine Million Erwerbstätige sind in ihr in nahezu 250.600 Unternehmen tätig.

Schutzrechte begünstigen einerseits kulturellen, wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Fortschritt, indem sie **Anreize** setzen, schöpferisch oder erforderlich tätig zu werden. Gleichzeitig schaffen sie die Voraussetzung dafür, dass Unternehmen Zeit und Geld in die Entwicklung und Vermarktung eines Werkes oder eines Produktes investieren. Andererseits dürfen sich Monopolrechte nicht lärmend auf kulturellen, wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Fortschritt auswirken. Die ‚Kunst‘ des Gesetzgebers besteht also darin, die richtige Balance zu finden zwischen den Interessen von Urhebern, Verwertern und der Allgemeinheit, so dass alle Beteiligten unmittelbar oder mittelbar von einem starken Urheberrecht profitieren.

## 2.2 Eine kurze Geschichte des Urheberrechts

Die Vorstellung vom Urheberrecht als einer eigentumsähnlichen Rechtsposition hat sich erst langsam durchgesetzt und ist manchen Kulturreihen bis heute fremd. Dabei war ein Bewusstsein für **geistiges Eigentum** schon in der Antike vorhanden, wie das bekannte Beispiel des römischen Dichters Martial belegt. Der hatte Anstoß daran genommen, dass seine Verse von einem Zeitgenossen als eigene ausgegeben wurden. Martial verglich seine Gedichte mit freigelassenen Sklaven und nannte den unliebsamen Konkurrenten Menschenräuber (»Plagiarius«) – und wurde so zum unfreiwilligen Namensgeber des noch heute gebräuchlichen Wortes **#Plagiat**. Obwohl also Plagiate von jeher ein bekanntes Phänomen waren, kam lange Zeit niemand auf die Idee, den Schöpfer eines Werkes mit wirtschaftlichen Exklusivrechten auszustatten. Eine solche Regelung passte nicht zu dem im Mittelalter vorherrschenden Menschenbild; vor allem aber fehlte das, was heute Rechtsschutzbedürfnis

Im allgemeinen Sprachgebrauch bedeutet Plagiat die Anmaßung fremder geistiger Leistungen. Diese muss nicht zwangsläufig mit einem Rechtsverstoß verbunden sein. Im engeren rechtlichen Sinn sind Plagiate Urheberrechtsverstöße.

# LESEPROBE

genannt wird. Da es lange an Möglichkeiten fehlte, Schriftwerke schnell und massenhaft zu vervielfältigen, konnte auch niemand im großen Stil Urheberrechtsverletzungen begehen.

Die Situation änderte sich, als Johannes Gutenberg im 15. Jahrhundert den Buchdruck mit beweglichen Lettern erfand und damit eine rege unternehmerische Tätigkeit auslöste: Schon bald sahen sich Drucker und Verleger, die ersten freien Medienunternehmen, mit nicht autorisierten Nachdrucken konfrontiert, die ihre eigenen Investitionen gefährdeten. Städte und Länder bzw. Territorialherrscher halfen zunächst mit Privilegien. Das waren Monopole, die Verwertern, vereinzelt auch Künstlern, ein zeitlich befristetes **exklusives Verwertungsrecht** gewährten. Während dabei der Schutz der Unternehmer im Vordergrund stand, rückte später der Urheber in den Mittelpunkt der Betrachtung. Europäische und amerikanische Denker gelangten zu der Auffassung, dass jeder Mensch ein Recht auf die von ihm geschaffenen materiellen und immateriellen Güter habe; Philosophen wie Immanuel Kant ergänzten die Idee vom geistigen Eigentum um **persönlichkeitsrechtliche Aspekte**. Erste gesetzgeberische Maßnahmen erfolgten im 18. Jahrhundert. Eine Vorreiterrolle unter deutschen Ländern übernahm Preußen mit seinem Allgemeinen Landrecht für die Preußischen Staaten (1794). Im Jahre 1870 verabschiedete der Norddeutsche Bund ein erstes umfassendes Gesetz zum Schutz der Urheber, das ein Jahr später vom Deutschen Reich übernommen und 1901 durch das Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der Literatur und Tonkunst ersetzt wurde. Während auch dieses, zum damaligen Zeitpunkt moderne Gesetz später aufgehoben wurde, ist das ebenfalls aus dem Jahr 1901 stammende Verlagsgesetz noch heute in Kraft.

## 2.3 Rechtsquellen des Urheberrechts

Wichtigste Rechtsquelle für die Bundesrepublik Deutschland ist das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (UrhG) aus dem Jahre 1965. Es gilt bis heute fort, hat aber zahllose Anpassungen erfahren, die in vielen Fällen europarechtlichen Vorgaben geschuldet waren. So wird die Entwicklung des Urheberrechts immer stärker von der Europäischen Union beeinflusst, die schon früh damit begonnen hat, die unterschiedlichen Rechtsordnungen in den einzelnen Mitgliedsstaaten anzugeleichen (Harmonisierung des Rechts). Das Mittel dazu ist der Erlass von

# LESEPROBE

**Richtlinien**, die von den Mitgliedsstaaten in nationales Recht umgesetzt werden müssen. Erst im September 2016 hat die Europäische Kommission einen umfassenden Vorschlag für eine Richtlinie zum Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt vorgelegt. Andere Novellierungen des deutschen Urheberrechtsgesetzes, so insbesondere die Reform des Urhebervertragsrechts im Jahre 2002 gingen auf eigene Initiative des deutschen Gesetzgebers zurück. Gleichzeitig nahm der Gesetzgeber das ehrgeizige Projekt in Angriff, das Urheberrecht den Bedürfnissen einer modernen Informationsgesellschaft anzupassen. In diesem Zusammenhang wurden neue Schrankenbestimmungen zugunsten von Bibliotheken, Wissenschaft und Forschung eingeführt. Die letzte Überarbeitung des deutschen Urheberrechtsgesetzes stammt aus dem Dezember 2016. Im Mittelpunkt der Reform standen erneut urhebervertragliche Regelungen, mit denen die Rechtsposition der Urheber gegenüber Verlagen und anderen Verwertern gestärkt werden soll; die Einführung weiterer Schrankenbestimmungen zugunsten von Bildung und Wissenschaft sind geplant. Zu den Quellen des Urheberrechts gehören schließlich die für die Bundesrepublik verbindlichen **internationalen Urheberrechtsabkommen**.

## WICHTIGE RECHTSQUELLEN DES URHEBERRECHTS

- Verfassung der Bundesrepublik Deutschland (insbesondere Art 2 und 14 GG)
- Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte
- Richtlinien der Europäischen Union, z.B. Richtlinie 2001/29/EG vom 22.05.2001 zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft oder die Richtlinie 2004/48/EG vom 29.04.2004 zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums
- Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen
- Internationale Urheberrechtsabkommen wie die Revidierte Berner Übereinkunft zum Schutz von Werken der Literatur und Kunst, das Welturheberrechtsabkommen, der WIPO-Urheberrechtsvertrag oder das Rom-Abkommen

## 2.4 Urheberrechtsgesetz im Schnelldurchlauf

Das UrhG schützt insbesondere die Werke der Literatur, Wissenschaft und Kunst. Es gilt für alle Menschen, die schöpferisch tätig sind, seien dies nun Autoren, Komponisten oder Softwareprogrammierer. Das Ge-

# LESEPROBE

setz legt fest, unter welchen Voraussetzungen ein Werk Schutz genießt, wer Urheber sein kann und welche Rechte das Exklusivrecht konkret umfasst. Das Gesetz regelt weiter, wie **Nutzungsrechte** eingeräumt oder übertragen werden können. Dieses Urhebervertragsrecht spielt in der Praxis eine große Rolle. Um den Urheber vor Übervorteilung zu schützen, enthält das UrhG eine Reihe zwingender Vorschriften zum Schutz des Urhebers. Einen weiteren Schwerpunkt des UrhG bilden die **Schrankenbestimmungen**. Ein Beispiel für eine solche Regelung ist die Privatkopie. Auch Studierende dürfen zu Studienzwecken Kopien aus einem Lehrbuch anfertigen, ohne vorher den Verlag oder den Autor um Erlaubnis fragen zu müssen. Dies ist nur deshalb möglich, weil das UrhG eine entsprechende Ausnahme vorsieht. Schließlich regelt das Gesetz, welche Möglichkeiten der Rechteinhaber hat, um gegen Urheberrechtsverletzungen vorzugehen.

## 2.5 Anwendungsbereich des Gesetzes

Deutsche Staatsangehörige genießen den urheberrechtlichen Schutz für alle ihre Werke, gleich wie viel, ob und wo die Werke erschienen sind (§ 120 Abs. 1 Satz 1 UrhG). **Deutschen Staatsangehörigen** gleichgestellt sind u.a. die Staatsangehörigen anderer Mitgliedsstaaten der EU sowie der Vertragsstaaten des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum (§ 120 Abs. 2 Nr. 2 UrhG). Die Werke ausländischer Staatsangehöriger genießen Schutz nach dem deutschem Urheberrechtsgesetz, wenn die Werke in der Bundesrepublik erschienen sind – es sei denn, dass das Werk oder eine #Übersetzung früher als 30 Tage vor dem Erscheinen in der BRD im Ausland erschienen ist (§ 121 Abs. 1 UrhG).

## 3 Das urheberrechtlich geschützte Werk

### Fall 2: Werbесlogan

Buchhandlung B will ein neues Ladenlokal eröffnen. Sie bittet die Agentur A, ein pfiffiges Werbekonzept für die Eröffnungskampagne zu entwerfen. A stellt daraufhin ein umfassendes Konzept vor, dessen Bestandteil der Werbeslogan »B VERFÜHRT ZUM LESEN« ist. B lehnt die Annahme des Gesamtkonzeptes ab, setzt den Slogan aber trotzdem für die Feier ein. A sieht darin eine Urheberrechtsverletzung und verklagt B auf Unterlassung der weiteren Verwendung sowie auf Schadensersatz (in Anlehnung an LG Mannheim, Urteil vom 11.12.2009 – 7 O 343/08.).

### 3.1 Voraussetzungen des Urheberschutzes

Das Urheberrecht schützt persönliche geistige Schöpfungen (§ 2 Abs. 2 UrhG). Der Gesetzgeber gibt eine kleine Hilfestellung, indem er die wichtigsten Werkarten nennt, die einem Urheberschutz zugänglich sind (§ 2 Abs. 1 UrhG). Neben Sprachwerken, Programmen für die Datenverarbeitung, Werken der Musik, pantomimischen Werken und Werken der bildenden Kunst sind dies insbesondere Lichtbildwerke, Filmwerke sowie Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art. Die Aufzählung in § 2 Abs. 1 UrhG ist nicht abschließend, d.h. auch unbenannte oder neue Werkarten sind einem Urheberrechtsschutz zugänglich.

Im Ausgangsfall ist zu prüfen, ob es sich bei dem Slogan »B verführt zum Lesen« um ein urheberrechtlich geschütztes **#Werk** handelt. Slogans und Werbesprüche sind als mögliche Sprachwerke grundsätzlich einem Urheberschutz zugänglich. Dies heißt aber nicht, dass jeder Slogan urheberrechtlich geschützt wäre. Dafür ist Voraussetzung, dass er eine persönliche geistige Schöpfung darstellt. Das Gesetz schützt

# LESEPROBE

also nicht Sprachwerke schlechthin, sondern stellt bestimmte Mindestanforderungen.

## 3.1.1 Urheberrecht in Abgrenzung zum Eigentum

Eigentum im bürgerlich-rechtlichen Sinn ist das umfassende Herrschaftsrecht über eine Sache. Der Begriff des Werkes ist im Urheberrecht von zentraler Bedeutung. Werk in diesem Sinne meint ein immaterielles geistiges Gut. Es darf auf keinen Fall verwechselt werden mit dem Werkexemplar, das die geistige Schöpfung verkörpert. Wer ein Buch kauft, erwirbt zwar Sacheigentum am Werkexemplar, das immaterielle Sprachwerk aber gehört weiterhin dem Rechteinhaber. Dies zeigt sich u.a. darin, dass der Eigentümer eines Buches das ihm gehörende Exemplar weder nachdrucken noch im Internet öffentlich zugänglich machen darf. Ein Museum, das ein Werk der bildenden Kunst erwirbt, kann das Original in seinen Räumen ausstellen. Das Museum darf das Gemälde aber nicht ohne weiteres vervielfältigen, um etwa Postkarten für den Museumsshop herzustellen.

## 3.1.2 Die persönliche geistige Schöpfung

Urheberrechtlich geschützte Werke müssen von Menschen geschaffen worden sein. Ein Affe etwa kann kein Copyright an seinem Selfie haben. Das stellte vor kurzem ein US-Gericht fest – ein Urteil in Deutschland wäre genauso ausgefallen. Diese erste Hürde hat der genannte Werbeslogan zweifellos genommen, da er von einem Mitarbeiter der Werbeagentur ›erfunden‹ wurde.

Urheberschutz setzt eine bestimmte Ausdrucksform voraus. Bloße Gedanken, Vorstellungen und Ideen haben noch keine konkrete Form und sind deshalb keinem Urheberschutz zugänglich. So bleibt etwa die Idee, einen kleinen Eisbären zum Protagonisten einer Kinderbuchserie zu machen, schutzlos. Greifen andere Verlage den Einfall auf, kann der Ideengeber nichts gegen Trittbrettfahrer unternehmen. Das mag auf den ersten Blick ungerecht erscheinen – wollte man hingegen Ideen einem Schutzrecht unterstellen, so käme geistiges Schaffen schnell zum Erliegen. Von jeher knüpfen Menschen an das an, was andere vor ihnen gedacht, erforscht und geschaffen haben.

Manchmal ist unklar, ob die Form, in die ein bestimmter Inhalt gegossen wird, schon so konkret ist, dass ein urheberrechtlich geschütztes